بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة اليرموك

كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية

قسم المحاسبة

استخدام الإنترنت كأداة لعرض التقارير المالية للشركات الأردنية المدرجة في بورصة عمان: دراسة مسحية

Internet Financial Reporting by Jordanian Companies Listed on Amman Stock Exchange: A Survey Study

مقدم من الطالب

إبراهيم علي محمد مهدي

إشراف الأستاذ الدكتور

منذر طلال المومني

قدم هذا المشروع استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المحاسبة

2009 م

بسم الله الرحمن الرحيم

استخدام الإنترنت كأداة لعرض التقارير المالية للشركات الأردنية المدرجة في بورصة عمان: دراسة مسحية

Internet Financial Reporting by Jordanian Companies Listed on Amman Stock Exchange: A Survey Study

إعداد الطالب

إبراهيم علي محمد مهدي

بكالوريوس محاسبة ، جامعة صنعاء 2005 م

قدّم هذا المشروع استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المحاسبة، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

وقد وافق عليها

		التوقيـــع
الأستاذ الدكتور منذر طلال المومني	مشرفاً ورئيساً	....
أستاذ بقسم المحاسبة، جامعة اليرموك		
الأستاذ الدكتور تركي راجي الحمود	عضــواً	....
أستاذ بقسم المحاسبة، جامعة اليرموك		
الدكتور ميشيل سـعيد سـويدان	عضــواً	....
أستاذ مشارك بقسم المحاسبة، جامعة اليرموك		
الأستاذ الدكتور منصور إبراهيم سعايده	عضــواً	....
أستاذ بقسم المحاسبة، جامعة مؤتــه		

يوليو 2009 م

الإهـــــداء

إلى من أمر الله بطاعتهما وقرنها بطاعته حيث قال سبحانه وتعالى " وَقضى ربُّك ألاّ تعبدوا إلاّ إياه وبالوالدين إحساناً " إلى من كانا عوناً لي في السرّاء والضرّاء والشدّة والرّخاء، إلى والديّ أطال الله بقائهما، وألبسهما ثوب الصحة والعافية، ومتّعني ببرِّهما وردِّ جميلهما.

إلى من جعلها الله سكناً، وعوناً ومؤنساً، إلى زوجتي ورفيقة دربي، وشريكة حياتي، أسأل الله أن يديم المودة والرحمة بيننا، وأن يجعلها زوجة الدنيا والآخرة إن شاء الله.

إلى زينة الحياة الدنيا ومقلتيّ، ابنتاي تسنيم وملاك، بارك الله فيهما وحفظهما وأنبتهما نباتاً حسناً وجعلهما قرة عين لوالديهما، وأدام الصحة والعافية عليهما إلى يوم الدين.

إلى من يُشَدُّ بهم الظهر، ويحتمى بهم عند البأس، ويستعان بهم عند الشدائد، إلى إخوتي محمد وعبدالرحمن وعبدالله، أسأل الله أن يحفظهم ويوفقني وإياهم إلى طاعته واجتناب معاصيه.

الشكر والتقدير

الحَمدُ للهِ الذي لا يبلغ مدحته القائلون، ولا يحصي نعمائه العادّون، ولا يؤدّي حقّه المجتهدون، الذي لا يدركه بعد الهمم، ولا يناله غوص الفطن، الذي ليس لصفته حدٌّ محدود، ولا نعتٌ موجود، ولا وقت معدود، ولا أجل ممدود، فطر الخلائق بقدرته، ونشر الرياح برحمته، ووتّد بالصخور مَيَدان أرضه، أول الدين معرفته، وكمال معرفته التصديق به، وكمال التصديق به توحيده، وكمال توحيده الإخلاص له، وكمال الإخلاص له نفي الصفات عنه لشهادة كل صفة أنها غير الموصوف، وشهادة كل موصوف أنه غير الصفة، فمن وصف اللهَ سبحانه فقد قرنه، ومن قرنه فقد ثنّاهُ، ومَن ثنّاهُ فقد جزّأه، ومن جزّأه فقد جهله، ومن جهله فقد أشار إليه، ومن أشار إليه فقد حدّه، ومن حدّه فقد عدّه، ومن قال فيم فقد ضمّنه، ومن قال علام فقد أخلى منه، كائن لا عن حدث، موجود لا عن عدم، مع كل شيءٍ لا بمقارنة، وغير كل شيءٍ لا بمزايلة، فاعلٌ لا بمعنى الحركات والآلة، بصير إذ لا منظور إليه من خلقه، متوحّدٌ إذ لا سكن يستأنس به ولا يستوحش لفقده[1]. وأصلي وأسلم على طبِّ القلوب ودوائها وعافية الأبدان وشفائها محمد بن عبدالله بن عبدالمطلب بن هاشم سيد ولد آدم وعلى آله وصحبه ومن تبعه بإحسان إلى يوم الدين، وبعد،

أتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ الدكتور منذر طلال المومني على تكرُّمه بالإشراف على هذه الرسالة وقراءتها ومناقشتها ومتابعة كل تفاصيلها بكل أمانة وإخلاص، فكان لتوجيهاته وملاحظاته القيمة أعظم الأثر في إبرازها بحلتها الحالية فجزاه اللهُ خيراً ورزقه علماً.

كما أتقدم بالشكر الجزيل لأعضاء لجنة المناقشة المتمثلة بكل من، الأستاذ الدكتور تركي الحمود، والدكتور ميشيل سويدان، والأستاذ الدكتور منصور سعايدة لتكرمهم بقبول مناقشة هذه الرسالة وإبداء ملاحظاتهم عليها. وأتقدم بالشكر الجزيل للدكتور أمجد ضيف اللهُ الناصر الذي أفادني في اختيار الإختبارات الإحصائية المناسبة لتحقيق أهداف هذه الدراسة وكذلك مساعدتي في التحليل الإحصائي. ولا يفوتني أيضاً أن أشكر كل من ساعدني في إتمام هذا العمل من الأهل والأصدقاء.

الباحث

[1] من كلام أمير المؤمنين علي بن أبي طالب – كرّم الله وجهه في الجنة –.

قائمة المحتويات

قائمة الأشكال

قائمة الجداول

الملخص باللغة العربية

مهدي، إبراهيم علي محمد. استخدام الإنترنت كأداة لعرض التقارير المالية للشركات الأردنية المدرجة في بورصة عمان: دراسة مسحية. رسالة ماجستير بجامعة اليرموك. 2009 (المشرف: أ.د. منذر طلال المومني).

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة ما إذا كان للشركات الأردنية مواقع إلكترونية خاصة بها، ومعرفة ما تفصح فيها من بيانات مالية، ومعرفة ما إذا كان هناك تأثير لسبع خصائص مختارة من خصائص الشركات على الإفصاح الإلكتروني لها، ومعرفة الفرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات وما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن هذه الشركات. ولغرض تحقيق أهداف هذه الدراسة قام الباحث بإجراء دراسة مسحية لجميع الشركات الأردنية المدرجة في السوق الأول لبورصة عمان في نهاية عام 2008م، وبلغت عينة الدراسة 127 شركة موزعة على ثلاثة قطاعات رئيسة كالتالي: 55 شركة ضمن القطاع المالي، و45 شركة ضمن قطاع الصناعة، و27 شركة ضمن قطاع الخدمات، وتم البحث عن المواقع الإلكترونية لهذه الشركات باستخدام محركي البحث Google & Yahoo وبعض المواقع الأردنية العامة، كما تم جمع البيانات المتعلقة بخصائص الشركات المختارة من التعاميم والإفصاحات الخاصة بهذه الشركات لعام 2007م والموجودة في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أنّ (68.5%) من الشركات الأردنية (87 من 127 شركة) لديها مواقع إلكترونية خاصة بها، وأن (50.57%) من الشركات الأردنية التي لديها مواقع إلكترونية (44 من 87 شركة) تعرض بياناتها المالية، وأن (72.73%) من الشركات الأردنية التي لديها مواقع إلكترونية وتعرض بياناتها المالية فيها (32 من 44 شركة) تعرض بيانات مالية كاملة، وأنّ هناك تأثير لأربع خصائص وهي: حجم الشركة ومقدار الرافعة المالية وعمر الشركة وتركز الملكية، حيث كان تأثير الثلاث الخصائص الأولى إيجابي على الإفصاح الإلكتروني للشركات الأردنية، بينما كان تأثير الخاصية الرابعة سلبي، وبالنسبة للخصائص الأخرى وهي: نسبة الربحية ونسبة السيولة ونسبة المستثمرين الأجانب ونسبة ملكية المؤسسات فلم يكن لها أي تأثير، وأنّ هناك فرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات وما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن هذه الشركات، وقد تبيّن أن ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات مالية وغير مالية عن هذه الشركات أكثر ممّا يعرض في المواقع الإلكترونية لهذه الشركات، كما تبيّن تقدّم القطاع المالي على قطاعي الخدمات والصناعة في الإفصاح الإلكتروني. وتوصي هذه الدراسة بضرورة إهتمام الشركات في قطاعي الخدمات والصناعة بالإفصاح عن البيانات المالية في مواقعها الإلكترونية، وإلزام بورصة عمان للشركات المدرجة فيها بتوفير بيانات مالية وغير مالية متساوية لعرضها في الموقع الإلكتروني للبورصة.

الكلمات المفتاحية: الشركات الأردنية، الإفصاح الإلكتروني، البيانات المالية، بورصة عمان، المواقع الإلكترونية، خصائص الشركات.

الفصل الأول

مقدمة الدراسة

1.1 تمهيد

2.1 مشكلة الدراسة

3.1 أهداف الدراسة

4.1 أهمية الدراسة

5.1 حدود الدراسة

6.1 تنظيم الدراسة

1.1 تمهيـــــــــــــد :

يعتبر نظام المعلومات المحاسبي جزءاً لا يتجزأ من نظام المعلومات الكلي للشركة، لـــه هدف معين، هو جمع البيانات المالية ومعالجتها وتقديمها في الوقت والـــشكل المناســـبين لجميـــع المستخدمين والمهتمين، وهناك عدة وسائل لعرض ونشر البيانات الماليـــة – القـــوائم الماليـــة – للعامة، إما بنشرها في الصحف المتخصصة أو بعرضها باستخدام الوسائط الإلكـــترونية المتنوعة. وفي نهاية القرن العشرين حصلت تغيّرات هامة في مختلف المجالات، وبالتأكيد فإن أحد أهم هذه التغيرات هو التطور في مجال تكنولوجيا المعلومات (Katarina & Danimir, 2006).

ويرى (Charles et al., 2003) أنه خلال الخمس السنوات الماضية تسلل الإنترنت إلى جميع جوانب حياتنا اليومية، إبتداءاً من جداول رحلات الخطوط الجوية إلى ساعات تشغيل حديقة الحيوانات، وغير ذلك من الأشياء التي ترغب بمعرفتها بمجرد أمر واحد من أي مكان. ويلاحـــظ أيضا هذه الأيام تطلع الأشخاص إلى الإنترنت كمصدر رئيس للمعلومات والبيانات المالية.

كما أشار (Oyelere et al., 2003) إلى أن استخدام الإنترنت لنشر التقارير المالية يعتبر ظاهرة حديثة ولكنها سريعة النمو، فكثير من الشركات حول العالم تنشر بياناتهـــا الماليـــة علـــى مواقعها الإلكترونية. وتتضمن المعلومات المالية المنشورة في المواقع الإلكترونية للشركات مـــا يلي:

1. القوائم المالية كاملة متضمنة الملاحظات التابعة لها، أو
2. بعض القوائم المالية أو ملخصات لها، أو
3. مقتطفات من القوائم المالية.

وأورد (Momany & Al-shorman, 2006) في مقدمة دراستهما أن الخمس السنوات الماضية شهدت ازدياداً ملحوظاً في استخدام الشركات للإنترنت كأداة لنشر التقارير المالية الخاصة بها كإفصاح اختياري، حيث لا يوجد حتى الآن أي تشريع أو تنظيم ملزم باعتماد الإنترنت كـأداة للنشر. وهناك عدة أسباب أدت إلى اعتماد الشركات للإنترنت كأداة لنشر تقاريرها المالية وهي:

1. التوفير في التكاليف.
2. نشر المعلومات لعدد كبير من المستخدمين والمهتمين.
3. تقديم تكنولوجيا جديدة لعمل التقارير.

وأضاف الباحثان أيضا أنّ الإنترنت غيَّر حجم وطريقة تدفق المعلومات من الشركة إلـى المستثمرين والدائنين، ووفّر إمكانية نشر معلومات مالية أكثر وخلال فتـرات أقـصر- نـصف سنوية، فصلية، شهرية- وكذلك المعلومات غير المالية، وزاد من إمكانية الوصول إلى المعلومات بسهولة ويسر.

من ناحية أخرى تواجه مهنة المحاسبة والمراجعة في مختلف دول العالم تحديات جديـدة تتعلق بنشر القوائم المالية على شبكة الإنترنت بطريقة قد تؤدي إلى إضعاف الثقة في المعلومـات المحاسبية، من هذه التحديات لجوء الشركات إلى نشر قوائم مالية لم يتم مراجعتها أو الربط بـين قوائمها المالية التي تمت مراجعتها وتلك التي لم يتم مراجعتها، وعُرضة القوائم المالية المنـشورة على شبكة الإنترنت، حتى التي تمت مراجعتها، إلى التلاعب والتغيير من قبل أصحاب الـشركة مما قد يؤدي إلى تضليل مستخدمي تلك القوائم (المليجي، 2002م).

2.1 مشكلة الدراســــــة :

نظراً لما يشهده علم تكنولوجيا المعلومات من تطور في مجال الإتصالات ومــا تقدمــه خدمة الإنترنت من سهولة ويسر في عرض المعلومات بالشكل المناسب و توصيلها فــي الوقــت المناسب أيضا، ونظراً لاعتبار المعلومات المالية ذات أهمية عالية، ظهرت الحاجة إلــى معرفــة مدى استخدام الإنترنت لدى الشركات الأردنية كأداة لعرض البيانات والتقارير المالية، بالإضــافة إلى معرفة نوع البيانات المالية المنشورة، ومعرفة الفرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغيــر المالية بين ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات وما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن الشركات عينة الدراسة.

وتسعى هذه الدراسة إلى معرفة أثر بعض خصائص الشركات المختارة علــى إفــصاح الشركات عينة الدراسة عن بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية، والتــالي إيجــاز لخــصائص الشركات المختارة والمأخوذة من دراسة (Momany & Al-shorman, 2006) وهــي: حجــم الشركة، ونسبة الربحية، ونسبة السيولة، ومقدار الرافعة المالية، وتركز الملكية، ونــسبة ملكيــة المؤسسات، ونسبة المستثمرين الأجانب، وعمر الشركة.

وبالتالي تسعى الدراسة للإجابة عن الأسئلة التالية:

1. هل لدى الشركات الأردنية مواقع إلكترونية؟
2. هل تفصح الشركات الأردنية في مواقعها الإلكترونية عن بياناتها وتقاريرها المالية السنوية؟
3. هل هناك تأثير لخصائص الشركات على إفصاح الشركات الأردنيــة عينــة الدراسة عن بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية؟

4. هل هناك فرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات وما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن الشركات عينة الدراسة؟

3.1 أهداف الدراسة :

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية استخدام الإنترنت كأداة لعرض التقارير المالية واستطلاع وضع الشركات الأردنية بالنسبة لاستخدام مواقعها الإلكترونية لعرض بياناتها المالية وغير المالية، وبهذا تضمنت أهداف الدراسة التعرف على:

1. ما إذا كان للشركات الأردنية مواقع إلكترونية خاصة بها.
2. ما إذا كانت الشركات الأردنية تفصح في مواقعها الإلكترونية عن بياناتها وتقاريرها المالية السنوية.
3. ما إذا كان هناك تأثير لعدد من خصائص الشركات الأردنية على إفصاح الشركات عينة الدراسة عن بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية.
4. الفرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات وما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن الشركات عينة الدراسة.

4.1 أهمية الدراســــــــة :

تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تطرقت إليه حيث يعتبر عرض المعلومات المالية وغير المالية والإفصاح عنها من أهم أهداف النظام المحاسبي، وتعتبر شبكة الإنترنت الوسيلة الأفضل والأسهل والأسرع لتحقيق هذا الهدف.

وعلى حد علم الباحث تعتبر هذه أول دراسة مسحية أجريت في المملكة الأردنية الهاشمية فيما يتعلق بمعرفة الفرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات وما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن الشركات عينة الدراسة، وتعتبر أيضاً ثالث دراسة مسحية أجريت في المملكة الأردنية الهاشمية فيما يتعلق بمعرفة مدى استخدام الشركات لمواقعها الإلكترونية لعرض بياناتها و تقاريرها المالية، حيث أجريت أول دراسة في المملكة الأردنية الهاشمية في عام 2002م للشركات المدرجة في بورصة عمان – سوق عمان المالي سابقا – ونشرت في عام 2005م لـ (Alkhalaileh et al., 2005)، أما الدراسة الثانية فأجريت في عام 2004م للشركات المدرجة في السوق الأول لبورصة عمان ونشرت في عام 2006م لـ (Momany & Al-shorman, 2006).

5.1 حدود الدراســــــة :

تم إدراج جميع الشركات الأردنية المدرجة في السوق الأول لبورصة عمان لعام 2008م في هذه الدراسة، وعددها 127 شركة ضمن ثلاثة قطاعات رئيسة – حسب التصنيف الحالي لبورصة عمان– موزعة كالتالي: 55 شركة ضمن القطاع المالي، 45 شركة ضمن قطاع الصناعة، 27 شركة ضمن قطاع الخدمات. أما توقيت البحث عن المواقع الإلكترونية للشركات

وتصفحها – فكان خلال الفترة من مارس وحتى يونيو 2009م– حيث يحتمل إنشاء مواقع جديـــدة للشركات أو تحديث مكونات هذه المواقع بعد الإنتهاء من تصفحها.

6.1 تنظيم الدراســـــــــــــة:

سيتم تقسيم الأجزاء المتبقية من الدراسة إلى خمسة فصول رئيسة كالتالي:

1. **الفصل الثاني:** الإطـــار النظري.
2. **الفصل الثالث:** الدراسات السابقة.
3. **الفصل الرابع:** منهجية الدراســـة.
4. **الفصل الخامس:** تحليل البيانات ومناقشة النتائج.
5. **الفصل السادس:** النتائج والإستنتاجات والتوصيات.

الفصل الثاني

الإطـــــار النظـــري

1.2 مقدمـــــــة

2.2 طبيعــة الإفصاح وأبعــاده

3.2 الإفصاح الإجباري والإختياري والإلكتروني

4.2 مستوى الإفصــــاح ومحتوى الإفصـــــاح

5.2 الإفصـــــاح والشفافيــــة

6.2 الإفصـــــاح فـي الأردن

1.2 مقدمـــــــــــــــــة :

يعتبر الإفصاح عن المعلومات من الموضوعات الهامة والأساسية في الفكر المحاســبي، ويدل على ذلك ما أصدرته الهيئات المهنية من توصيات وأراء تتعلق بالإفصاح عن المعلومــات، والمعلومات التي يتعين الإفصاح عنها ومدى منفعتها لمستخدمي هذه المعلومات، وهناك العديد من الدراسات التي اهتمت بدراسة موضوع الإفصاح عن المعلومات من جوانب متعددة، وبقياس درجة الإفصاح عن المعلومات في القوائم والتقارير المالية حيث توفر القوائم والتقارير الماليــة عدســة يمكن أن يرى من خلالها مستخدمو القوائم والتقارير المالية نتائج قــرارات التــشغيل والتمويــل والإستثمار التي تتخذها إدارة الشركة (الفولي، 2005م).

ويهدف هذا الفصل إلى استعراض وبيان الإفصاح وأبعــاده والتمييــز بــين الإفــصاح الكافي(Adequate Disclosure) والإفــصاح الكامــل (Full Disclosure) ، وكــذلك بيــان الإفصاح الإختياري والإجباري والإلكتروني، وبيان مستوى ومحتوى الإفصاح، والتمييــز بــين الإفصاح (Disclosure) والشفافية (Transparency).

2.2 طبيعــة الإفصـــاح وأبعـــــاده:

يرتبط تزايد أهمية مفهوم الإفصاح عن المعلومات في البيانات المالية المنشورة بــالتحول التاريخي الذي حدث لوظيفة المحاسبة عندما تحولت المحاسبة مــن مــدخل الملكيــة Owners Approach إلى مدخل المستخدمين Users Approach، حيث تحولت الوظيفة المحاسبية مــن التركيز على دورها الأساسي كنظام لمسك الدفاتر Book Keeping System غايتــه الرئيــسة حماية مصالح الملاك إلى التركيز على دورها الجديد كنظام للمعلومات Information System غايته الأساسية توفير المعلومات لصنع القرارات (مطر، 2004م).

1- الإفصاح الكافي Adequate Disclosure:

إن مفهوم الإفصاح الكافي Adequate Disclosure يلعب دوراً هاماً ومركزياً سواء في نظرية المحاسبة أو في الممارسات المحاسبية، وقد تكرست أهمية هذا المفهوم بعدما لقيه من اهتمام كبير من عدة جهات منها: الجمعيات المهنية المحاسبية، وإدارة البورصات العالمية، وكذلك الباحثين خصوصا المهتمين منهم ببحث الجوانب المختلفة لفرضية السوق المالي الكفؤ Efficient Market Hypothesis ودراسة انعكاساته على حركة تداول وتقلبات أسعار الأوراق المالية (مطر، 2004م).

2- الإفصاح الكامل Full Disclosure:

عند اتخاذ قرار يتعلق بالمعلومات الواجب الإفصاح عنها، فإن الشركات تتبع الممارسة العامة التي تنص على التزويد بالمعلومات الهامة نسبيا والتي تؤثر على قرار المستخدم لهذه المعلومات، ويشار إليه في أغلب الأحيان بمبدأ الإفصاح الكامل Full Disclosure Principle والذي يميّز بين طبيعة وحجم المعلومات المتضمنة في التقارير المالية والتي تعكس سلسلة من قرارات المفاضلة Trade-offs التي تسعى من أجل: الإفصاح عن تفاصيل كافية متعلقة بالأمور التي تحدث فرق لمستخدمي هذه المعلومات، بالإضافة إلى تكثيف كافي للمعلومات تجعلها ممكنة الفهم، مع الأخذ في الإعتبار تكاليف إعدادها واستخدامها (Kieso et al., 2006).

3.2 الإفصاح الإجبـــــاري والإختيـــــاري والإلكتـــرونــــي:

يمكن التمييز بين نوعين من الإفصاح وهما الإفصاح الإجباري والإفصاح الإختيـــاري، حيث أن الإفصاح الإجباري يتمثل بتحقيق متطلبات القوانين والمعايير المحاسبية الدولية أو المحلية أو تحقيق متطلبات بورصة الأوراق المالية، أما الإفصاح الإختياري فيتمثل فيما زاد عـــن هـــذه المتطلبات، و يندرج الإفصاح الإلكتروني تحت الإفصاح الإختياري حيث لا يوجد حتـــى الآن أي تشريع أو قانون ملزم، ونظرا لأهمية الإفصاح الإلكتروني وعلاقته بالدراسة فقد حاول الباحث في هذه الدراسة تعريف الإفصاح الإلكتروني وبيان ماهيته ونشأته والخصائص المميزة له والمنـــافع التي يتوقع الحصول عليها من استخدامه ووسائل عرض المعلومات المستخدمة أو المتاحة لعرضه في الجزء التالي.

1.3.2 تعريف الإفصاح الإلكتروني:

عرّف (Oyelere et al., 2003) الإفصاح الإلكتروني بأنه استخدام الـــشركة لموقعهـــا الإلكتروني لعرض بياناتها المالية كاملة متضمنة الملاحظات التابعة، و/أو مقتطفات من قوائمهـــا المالية متضمنة أجزاء و/أو ملخصات من هذه القوائم.

وعرّف عبدالملك (2005م، ص. 55،70) الإفصاح الإلكتروني بأنه "قيام المنشأة بنـــشر معلومات مالية (التقارير المالية وإيضاحاتها) وفقا لمتطلبات معايير المحاسبة المـــصرية وكـــذلك معلومات غير مالية (إيضاحات أخرى) وأي معلومات خاصة تؤثر على أسعار الأسهم على قنـــاة اتصال حديثة وهي الإنترنت مما يتيح تلك المعلومات بصورة ملائمة وفي التوقيت المناسب أمـــام كافة المتعاملين في سوق الأوراق المالية وكذلك تحديث المعلومات في أي وقت مما يعمـــل علـــى

تحقيق الشفافية ومن ثم تخفيض حالة عدم التأكد ". كما أكد على أن المقصود بالإفصاح الإلكتروني هو "الإفصاح المحاسبي وغير المحاسبي أو المالي وغير المالي عبر شبكة الإنترنت "، وذلك لما للمعلومات غير المالية من أهمية لدى مستخدمي التقارير المالية وبخاصة المستثمرين.

كما عرّف توفيق (2002م، ص. 255،258) التوزيع الإلكتروني لمعلومات تقارير الأعمال بأنه "قيام المنشأة بإنشاء موقع لها أو أكثر على الشبكات الدولية للمعلومات كوسيط نقل سريع بهدف توزيع ونشر مباشر (فوري Online Reporting) لمعلومات مالية وغير مالية عديدة على قطاعات واسعة من المستخدمين المتصلين بالشبكة ". كما اعتبر أيضا أن المنشأة تفصح عن تقاريرها المالية إلكترونيا (Electronic Financial Reporting) –EFR– إذا كان لديها موقع واحد على شبكة الويب ويتضمن واحدا على الأقل مما يلي:

أ- مجموعة كاملة من القوائم المالية السنوية.

ب- تقارير مالية مرحلية (بينية Interim Reports).

ج- أداة ربط (وصلات Link) بقوائمها المالية في أي مكان آخر بشبكة الإنترنت.

2.3.2 نشأة الإفصاح الإلكتروني:

يمكن القول أن الإفصاح الإلكتروني هو محصلة للعديد من المتغيرات التكنولوجية والإقتصادية والسياسية والإجتماعية والثقافية، التي تبلورت في منتصف القرن الماضي حتى يومنا هذا لنصل إلى ما يسمى بعصر العولمة والذي يتسم بانتشار المعلومات وإتاحتها للجميع، وتذويب الحدود بين الدول، وتزداد معدلات التقارب بين المجتمعات والتنظيمات. حيث يمثل التقدم التكنولوجي وثورة الإتصال أهم القوى الدافعة للعولمة، وقد كان من الطبيعي أن تستغل إمكانيات

شبكة الإنترنت والتميز الهائل في سرعة انتشار المعلومات لتقديم فرص استثمارية كثيرة ومتنوعة من خلال تقديم المعلومات المالية، مما ترتب عليه تدفق متعدد المصادر للمعلومات قد تكون مواقع الشركات هي المصدر الأساسي لها ولكنها ليست الوحيدة (رجـب، 2005م).

3.3.2 المنافع المتوقعة من الإفصاح الإلكتروني والخصائص المميزة له:

أورد توفيق (2002م) في دراسته أن المنافع التي يتوقع أن تحصل عليهـا المنـشأة إذا اختارت التقرير المالي الإلكتروني عن غيره من وسائل العرض والإفصاح الإختيارية الأخـرى تتمثل فيما يلي:

1. توفير وسيلة نشر وتقارير فورية (مباشرة Online Reporting).
2. تخفيض تكاليف نشر المنشأة لمعلوماتها.
3. وسيلة للإتصال مع عدد كبير من مستخدمي المعلومات المحاسبية.
4. توفير القدرة للمستخدم على استخدام روابط (وصلات Hyperlinks) لمواقـع إنترنت في دمج أقسام عديدة من التقارير المالية المنشورة على الشبكة مع العديد من المعلومات الأخرى المتعلقة بها في مواقع أخرى.
5. تخفيض التكاليف والوقت اللذين يتحملهما مستخدمي المعلومات المحاسبية.

وأوضحت رجب (2005م، ص. 5-6) في دراستها أن الخصائص المميـزة للإفـصاح المحاسبي عبر الإنترنت تتمثل فيما يلي: "

1. الوصول السهل للمعلومات المالية.
2. توفير أدوات مساعدة للإستخدام.

3. إمكانية الربط بين المعلومات Hyperlinks،

4. التحديث المستمر للمعلومات، والتفاعل مع المستخدم.

5. إمكانية الإذاعة المسموعة والمرئية. "

4.3.2 وسائل عرض المعلومات:

عندما تفصح المنشأة عن معلوماتها سواء كان إفصاحا إلزاميا أو اختياريا وتتيح تلك المعلومات في تقريرها الإلكتروني، فإن اختلاف أسلوب العرض يؤثر على محتوى التقرير وهو ما تظهره المقارنة بين كلاً من HTML و Adobe Acrobat حيث يعتبر التقرير المستخدم في عرضه Adobe Acrobat صورة الكترونية مطابقة للأسلوب الورقي تدعم الإحساس بحدود التقرير المالي، كما يتميز بانخفاض تكلفة إنتاجه وعرضه على موقع المنشأة. ومن ناحية أخرى فإن لغة HTML تمكن من فهرسة المعلومات واسترجاعها بسرعة أعلى، كما تسمح بالتنقل السهل عبر صفحات التقرير المختلفة ولأي مواقع أخرى تحتوي على معلومات تتعلق بالتقرير بل والتصفح بين عناصر التقرير وما يتعلق بها من عناصر توضيحية عن طريق الروابط وهو ما لا يتوفر مع Adobe Acrobat (مبارك و رجب، 2002م،ص . 555).

كما ورد في (FASB, 2000, p. 21-22) أن أحد أهم القرارات لتصميم صفحات تقارير الأعمال الإلكترونية هو استخدام HTML– Hyper Text Markup Language– و PDF– Portable Document File–، حيث تعتبر HTML لغة أساسية لتطوير الويب Web بينما تعتبر PDF صيغة ملفات خاصة طوّرت بواسطة شركة Adobe Corporation لإنشاء مستندات أو وثائق مشابهة تماما للمستندات الأصلية عند طباعتها، وبالنسبة لوثائق HTML فبالإمكان عرضها مباشرة على المتصفح، والجدول التالي يوضح مميزات وعيوب كلاً منهما:

الجدول رقم (2-1)

مميزات وعيوب وسائل العرض HTML و PDF

وسائل العرض	المميزات	العيوب
HTML	يمكن استعراضها بالمتصفح ولا تحتاج إلى ربط plug-in	احتمال تجزيء المتصفح للجداول والصفحات
	إمكانية تشكيل المستند بأشكال متعددة	المستندات المطبوعة من المحتمل عدم مشابهتها للنص الأصلي
	من الممكن بسهولة استخدام الإرتباطات التشعبية داخل وخارج صفحات HTML	تحتاج إلى عمل هام لتحويل المستند الأصلي إلى مستند بلغة HTML من ناحية الحدود والتصميم
PDF	عند طباعة المستند سيكون نسخة مشابهة تماما للمستند الأصلي	من الصعوبة القراءة والإبحار من خلال شاشة ملفات PDF
	سهل جدا إنشاؤه من المستند الأصلي	يحتاج إلى تحديد وتحميل وتركيب Adobe Acrobat Reader
	لا يمكن تغيير المستندات بواسطة المستخدمين بشكل غير مقصود	لا يمكن الإنتقال إلى نقطة معينة داخل ملف PDF
		يتكون من ملفات كبيرة الحجم والتي تكون بطيئة عند تحميلها
		لا يمكن فهرسة المعلومات في محركات البحث مثل AltaVista
		تشكل البرامج المساعدة خطر أمن نظرا لأنها تنفذ أليا عند اختيار المستخدم لـ PDF
		يستند القارئ على صيغة الملكية
		القارئ حاليا مجانا، ولكن يحتمل أن لا يكون مجانا للأبد

المصدر: Business Reporting Research Project, Electronic Distribution of Business Reporting Information, FASB, 2000, P. 22.

ويعتبر ظهور لغـة -XML- eXtensible Markup Language وتبنـي الإتحـاد الدولي لشبكة الويب العالمية (W3C) - World Wide Web consortium- لها في بداية عام 1998م كمعيار رسمي لتبادل المعلومات عبر الإنترنت نقطة تحول في الجهود المبذولـة لتنظـيم النشر الإلكتروني لمعلومات تقارير الأعمال. ففـي إبريـل 1998م قـام Charles Hoffman المحاسب بشركة Knight في واشنطن بفحص لغة XML بغرض التقريـر الإلكترونـي عـن المعلومات المالية، وبدأ في تطوير النماذج الأولية للقوائم المالية وجداول المراجعة باستخدام لغـة XML. ثم تبنى المعهد الأمريكي الفكرة ومولها تحت اسم XFRML واشـتركت معـه بعـض الشركات. وفي إبريل 2000م أعلن المعهد بالإشتراك مع أطراف أخرى أنهم سيوحدون الجهـود لعمل مواصفات على أساس لغة XML لإعداد وتبادل البيانات والتقارير الماليـة تحـت اسـم -XBRL- eXtensible Business Reporting Language. وفـي 2000/7/31م أعلنـت لجنة XBRL عن الوصفة الأولية First Specification للشركات الأمريكية بعنـوان XBRL "for Financial Statement". وكان من رواد هذا العمل المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين باعتباره المسؤول عن وضع المعايير الأمريكية، كما أنه يملك البنى التحتية والمعرفة والتـدريب والمصداقية الضرورية للتطبيق الآمن للغة XBRL. ثم تكونت منظمة دولية تحت اسم "XBRL International Organization" وأنشأت موقع لها باسم (www.xbrl.org) تنشر عليه آخـر المعلومات عن لغة XBRL، وتضم هذه المنظمة أكثر من 200 منظمة مهنية وشركة ومـصممي برامج ووكالات حكومية من كافة أنحاء العالم (محمد، 2003م).

وصممت لغة XBRL لغرض التقارير الداخلية والخارجية معـاً للـشركة، والغـرض الأساسي هو نشر القوائم المالية الرقمية للشركة للمستخدمين الخارجيين، ووفقا لإتحـاد XBRL

فإن لغة XBRL تُمكّن من التحسن الملحوظ في إعداد التقارير المالية، كما أن من الممكن إعــداد مستندات XBRL بكفاءة عالية وتبادلها بشكل موثــوق ونــشرها بــسهولة وتحليلهــا بــسرعة واسترجاعها من قبل المستثمرين أيضا بسهولة ويسر، ويتوقع المراقبون أن لغة XBRL ســوف تعطي الشركات الإمكانيات التكنولوجية لما يسمى بالتقارير شبه المستمرة – near-continuous– من خلال الويب أو الوسائط الأخرى، والدوافع لإعداد التقارير المالية الأكثــر تكــراراً موجــودة خصوصا بعد إصدار هيئــة الأوراق الماليــة لما يسمى بالإفصاح العادل (Fair Disclosure) – FD– في أكتوبر عام 2000م (Bovee et al., 2002).

4.2 مستوى الإفصــــاح ومحتوى الإفصــــاح:

تختلف وجهات النظر حول مفهوم وحدود الإفصاح عن المعلومات الواجب تــوفيره فــي البيانات المالية المنشورة، وينبع هذا الإختلاف أساسا من اختلاف مصالح الأطراف ذات العلاقــة والذي ينعكس على الزاوية التي ينظر من خلالها كل طرف نحو المشكلة، من هنا يــصبح مــن الصعب جدا توفير مفهوم عام وموحد للإفصاح يضمن توفير مستوى الإفصاح الذي يحقق لكــل طرف من هذه الأطراف رغباته الكاملة في هذا المجال، ضمن هذا السياق يحدد الباحثون مستويين من مستويات الإفصاح هما: المستوى المثالي للإفــصاح The Ideal Level of Disclosure، والمستوى المتاح أو الممكن للإفصاح The Attainable Level of Disclosure. ومــع أنــه يمكن من الناحية النظرية البحتة تحديد العوامل والإعتبارات التي تحدد المستوى المثالي للإفصاح، إلا أن ما يجب فهمه هو أن هذا المستوى لا يمكن توفيره من ناحية واقعية (في وقتنا الحاضر على الأقل) وذلك لعدة أسباب لعل من أهمها على حد قول (Sterling,1983) هو عدم الإلمام الكامــل

بطبيعة النماذج المختلفة والمتعددة للقرارات التي تعتبر البيانات المحاسبية بمثابة المدخلات لهـا، وكذلك لعدم الإلمام أيضا بمدى حساسية هذه القرارات للبدائل المختلفة من المعلومات المحاسبية (مطر، 2004م).

كما أورد الجعارات (2008م) أن من متطلبات الإفصاح بموجب المعيار IFRS 7 التالي:

1. يجب على المنشأة تجميع أدواتها المالية في فئـات مماثلـة (الأصـول الماليـة، والإلتزامات المالية، وحقوق الملكية) والإفصاح على مستوى الفئة عن المعلومات التالية: الإفصاح عن طبيعة ومقادير التدفقات النقدية وظروف عدم التأكد المحيطة بها والمتعلقة بالأدوات المالية، أسس الإعتراف والقياس والسياسات المحاسبية المختلفة المتعلقة بالأدوات المالية بما في ذلك آلية تحديد القيـم العادلـة لهـا.
2. هناك مجموعتان أخريان من الإفصاحات بموجب المعيار IFRS 7 :

- معلومات عن أهمية الأدوات المالية.
- معلومات عن طبيعة ونطاق المخاطر التي تظهر بسبب الأدوات المالية.

وأضاف مطر (2004م) أن الإفصاح عن المعلومات المحاسـبية فـي القـوائم الماليـة المنشورة يرتكز على المقومات الرئيسة التالية:

1. تحديد المستخدم المستهدف للمعلومات المحاسبية .
2. تحديد الأغراض التي ستستخدم فيها المعلومات المحاسبية.
3. تحديد طبيعة ونوع المعلومات المحاسبية التي يجب الإفصاح عنها.
4. تحديد أساليب وطرق الإفصاح عن المعلومات المحاسبية، وتوقيت الإفصاح عنها.

5.2 الإفصـــــاح والشفـــافيـــــــة:

يشكل توفير معلومات تتميز بالشفافية وتكون مفيدة عن المشاركين في السوق ومعاملاتهم جزءاً جوهريا وأساسيا من السوق المُنَظَّمة والكفؤة وكذلك شرطا أساسيا لفرض نظام السوق، وبما أن قوى السوق توازن عادة بين المنافع الحدية وتكاليف الإفصاح عن معلومات إضافية فإن النتيجة النهائية قد لا تكون ما يحتاجه أصحاب المصلحة حقا، ويقوم الإفصاح العام عن المعلومات علـــى وجود معايير محاسبية جيدة ومنهج إفصاح كافي، وتتضمن العملية في العادة نشر معلومات كمية ونوعية وثيقة الصلة بالتقارير السنوية، وعادة ما تكملها قوائم ماليـــة نـــصف أو ربـــع ســـنوية ومعلومات هامة أخرى. ويقصد بالشفافية مبدأ خلق بيئة تكون فيها المعلومات المتعلقة بـــالظروف والقرارات والأعمال الحالية متاحة ومنظورة ومفهومة لكل المـــشاركين فـــي الـــسوق، ويقـــصد بالإفصاح بشكل أكثر تحديداً عملية ومنهج توفير المعلومات وجعل القرارات المتـــصلة بالـــسياسة المتبعة من جانب المنشأة معروفة ومعلومة من خلال النشر في الوقـــــت المناســـب والإنفتـــــاح (حماد، 2005م).

كما أوضح عبدالملك (2006م) في دراسته بعد استعراض عدة تعاريف أنه:

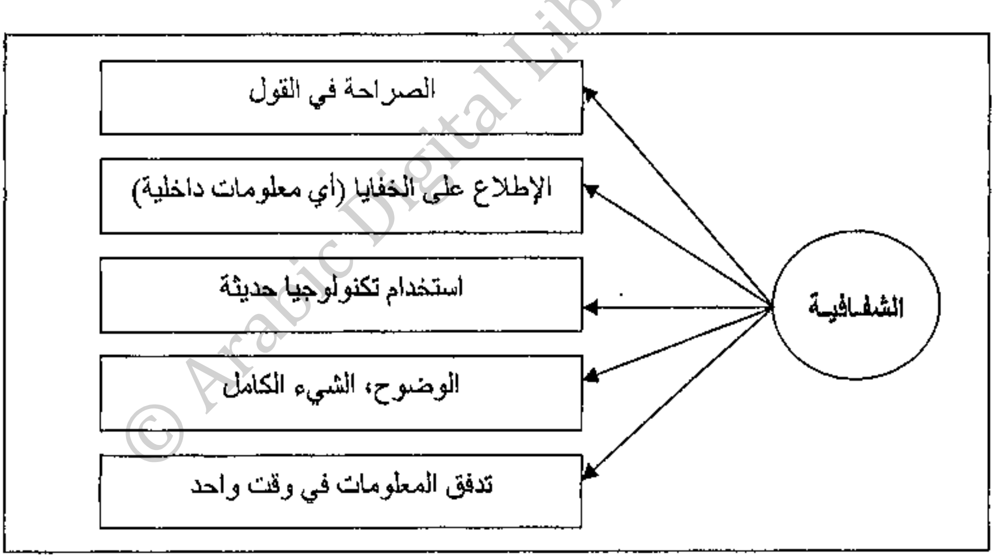
1. إذا كانت الشفافية تعني الإفصاح الكامل فإن ذلك يعد أفضل أنـــواع الإفـــصاح لتحقيق سوق رأس مالي كفء، وهي بهذا المفهوم تقلل ميل الأسواق للتركيز بلا داع على الأنباء الإيجابية أو السلبية وتقلل من درجة التقلب في السوق المالي.
2. إذا كانت الشفافية تستهدف تحسين جودة البيانات فإن هذا يعني ضرورة تفـــسير البيانات الواردة في القوائم المالية المنشورة.

3. إذا كانت الشفافية تستهدف تحسين كمية البيانات فإن ذلك يعني ضرورة تـوافر معلومات أخرى.

ومما سبق توصل عبدالملك (2006م، ص. 20) إلى أن الشفافية كمفهوم ترتكـز علـى مجموعة من المحاور يوضحها الشكل رقم (2-1)، كما توصل أيضا إلى تعريف الشفافية على أنها "الكشف عن الخفايا (المعلومات الداخلية) وأي معلومات تؤثر على أسعار الأسهم بصدق ووضوح كامل، والإفصاح عنها في توقيت واحد، حتى لا يتم تحقيق مكاسب غير عاديـة لـبعض فئـات المتعاملين في سوق المال على حساب الفئات الأخرى والتي لا تتوافر لها تلك المعلومات ".

الشكل رقم (2-1)

محـاور الشفـافـيـة



المصدر: عبدالملك، أحمد رجب. (2006م، ص. 20).

كما أضاف حماد (2005م) أنه يتم ضمان شفافية القوائم المالية من خلال الإفصاح الكامل بتوفير عرض واضح للمعلومات الضرورية لإتخاذ القرارات الإقتصادية لقطـاع عـريض مـن المستخدمين وفي سياق الإفصاح العام ينبغي أن يكون من السهل تفسير القوائم المالية.

6.2 الإفصـــــاح في الأردن:

تم اعتماد معايير المحاسبة الدولية ومعايير التدقيق الدولية في الأردن اعتباراً من عام 1990م بناءاً على قرار مجلس إدارة جمعية مدققي الحسابات القانونيين رقم 45/1 بتاريخ 1989/3/13م والقاضي بضرورة الإلتزام بمعايير التدقيق الدولية الصادرة عن اتحاد المحاسبين الدولي والإسترشاد بقواعد المحاسبة الدولية الصادرة عن لجنة المحاسبة الدولية، وتعتبر جمعية مدققي الحسابات القانونيين الأردنيين الجهة المخولة باعتماد المعايير المناسبة بموجب نظامها المنبثق عن قانون مهنة تدقيق الحسابات (الحمود والمومني، 2001م). وخصص هذا الجزء من الدراسة لاستعراض الدراسات المتعلقة بالإفصاح الإجباري في الأردن.

- دراسة (مطر، 1993م):

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم مستوى الإفصاح الفعلي عن المعلومات المحاسبية المتوفر في البيانات المالية المنشورة للشركات المساهمة العامة الأردنية، وذلك بالمقارنة مع شروط وقواعد الإفصاح المنصوص عليها بهذا الخصوص في أصول المحاسبة الدولية. وتم أخذ عينة طبقية مكونة من 30 شركة بما يعادل 51% من إجمالي الشركات المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان – سوق عمان المالي سابقا– التي أعدت ودققت بياناتها للسنة المنتهية في 1990/12/31م بموجب أصول المحاسبة الدولية. وقد توصلت الدراسة إلى أن الشركات المساهمة العامة الأردنية تلبي بوجه عام 80% من متطلبات وشروط الإفصاح المنصوص عليها في أصول المحاسبة الدولية، وهو إلى حد ما مستوى معقول، إلا أن هذا الإفصاح يتفاوت في مداه سواء بين القوائم المالية الأساسية، أو بين عناصر كل قائمة على حده.

- دراسة (العيسي، 2000م):

هدفت هذه الدراسة إلى قياس مستوى الإفصاح عن البنود غير العادية في التقارير المالية المنشورة للشركات المساهمة العامة الأردنية. ومن أجل ذلك قام الباحث بتلخيص مفردات البنود غير العادية وفقا لأحكام معيار المحاسبة الدولي الثامن والمفردات المستقاة من الأدب المحاسبي، وتمت عملية مسح التقارير المالية لـ 46 شركة مساهمة عامة أردنية لقياس مدى إظهار هذه المفردات. وقد توصلت الدراسة إلى عدم إلتزام الشركات بمتطلبات الإفصاح عن البنود غير العادية وعدم الإفصاح الكافي عن أرباح وخسائر عمليات البنود العادية منفصلة عن أرباح وخسائر البنود غير العادية، كما تبين أن هناك تبايناً في الإفصاح بين الشركات حسب النشاط.

- دراسة (الحمود والمومني، 2001م):

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد نسبة مؤشر الإفصاح الفعلي لعينة من الشركات المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان -سوق عمان المالي سابقاً- عام 1995م، وذلك عن طريق اختيار المفردات المتوقع الإفصاح عنها في التقارير المالية السنوية ضمن إطار القوانين والأنظمة المرعية في الأردن، حيث تم استخدام أسلوب متفرع ثنائي، وذلك بإعطاء علامة واحد للمفردة المفصح عنها وعلامة صفر للمفردة غير المفصح عنها مع الأخذ بعين الإعتبار للعناصر والمعلومات غير ذات العلاقة بكل شركة. كما تم دراسة العلاقة بين درجة الإفصاح في الشركات المساهمة العامة الأردنية وحجم الشركة، وحجم المبيعات، وعدد المساهمين، والمساهمين غير الأردنيين. وقد بينت الدراسة أن نسبة الإفصاح الكلي للشركات قد تراوحت بين 53.5% و78.7%، وأن متوسط نسبة الإفصاح للشركات في العينة بلغت 63% أي حوالي ضعف نسبة الإفصاح سنة 1984م، كما تبين وجود علاقة إيجابية معنوية بين مؤشر الإفصاح وحجم المبيعات.

الفصل الثالث

الدراســـات السابقـــة

1.3 مقدمــــــــــة

2.3 الدراسات السابقـــــة

3.3 ملخص الدراسـات السابقــة

4.3 ما يميّز هذه الدراسة عن الدراسات السابقـة

1.3 مقدمـــــــــــــــة :

أثار الإنتشار السريع للإفصاح المحاسبي باستخدام الإنترنت وتنوع ممارساته الإنتباه إلى ضرورة دراسته، وهذا ما دعا بعض الباحثين والهيئات العلمية والمهنية إلى دراســة الأوضـــاع القائمة للتعرف على دور تكنولوجيا الإنترنت في الإفصاح المحاسبي (مبارك و رجــب، 2002، ص. 538).

وقد استعرضت بعض الدراسات المحاسبية الغربية واقع النشر الإلكتروني للقوائم الماليـــة في كل من أمريكا وبعض الدول الأوروبية وقد تركزت هذه الدراسات على الــشركات الكبـــرى وأشارت إلى وجود مواقع لتلك الشركات على الإنترنت واحتوائها على تقارير مالية فـــي معظـــم الحالات وتقارير لمراجعي الحسابات في بعض الحالات (خلف، 2002، ص. 57).

ونظراً لحداثة هذا الموضوع فلا يتوافر في الدوريات العلمية إلا كتابات محدودة للغايـــة نتناولها فيما يلي.

2.3 الدراسات السابقـــــة :

1- دراسة (توفيق، 2001) بعنوان:

" التقرير المالي الإلكتروني على شبكة الإنترنت وتقييم جهود تنظيمه: دراسة اختباريـــة للمتغيرات المؤثرة في القطاع المصرفي "

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم مدى استخدام التقرير المالي الإلكتروني على شبكة الإنترنت من جانب وحدات القطاع المصرفي العاملة في مصر وذلك من خلال تقييم ما تعرضه مواقع هذه

البنوك على الشبكة وإجراء دراسة اختبارية للفروق بين المتغيرات المحاسبية الممثلة لخصائص البنوك المستخدمة للتقرير المالي الإلكتروني وغير المستخدمة له، وللمتغيرات المؤثرة أو الدوافع وراء استخدام هذه الوحدات المصرفية للتقرير المالي الإلكتروني. وتكوّن مجتمع الدراسة من 58 بنكاً، كما تم استخدام محركات البحث العربية والأجنبية لحصر مواقع البنوك المستخدمة لشبكة الإنترنت في التقرير المالي الإلكتروني.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

1. حوالي 26% من البنوك عينة الدراسة (15 من 58) تستخدم الإنترنت لعرض تقاريرها المالية إلكترونيا بأشكال وأنماط متباينة.
2. جميع البنوك التجارية الحكومية وعددها أربعة بنوك لها مواقع على شبكة الإنترنت، بينما جميع البنوك المتخصصة بالقطاع العام (الزراعية والصناعية والعقارية) ليس لديها مواقع على شبكة الإنترنت.
3. وجد الباحث أن البنوك المستخدمة للتقرير المالي الإلكتروني عموما أكبر بمقياس حجم الأصول والربحية وحقوق المساهمين والقروض والودائع.
4. وجدت الدراسة أن أهم الدوافع وراء استخدام هذه الوحدات للتقرير المالي الإلكتروني هو: تخفيض تكاليف نشر المنشأة لمعلوماتها، وتوفير وسيلة نشر وتقرير فورية، والقدرة على استخدام روابط مواقع الإنترنت، وتخفيض التكاليف والوقت اللذان يتحملهما مستخدمي المعلومات المحاسبية.

2- دراسة (مبارك و رجب، 2002) بعنوان:

" الإفصـــــــــاح المحـــــــاســـــبي عـــبر الإنتـــرنـــت "

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى فعالية الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت فـــي نشر المعلومات المالية، وعلى مدى ضرورة إصدار معيار ينظمه. ولغرض تحقيق أهــداف هــذه الدراسة قام الباحثان بتحليل الدراسات السابقة التي تناولت الإفصـــــاح المحاسبي عبر الإنترنـــت من الجوانب التالية: البيانات الإحصائية، ومحتوى التقارير المالية، وأســاليب عــرض التقـــارير المالية، والعوامل المؤثرة في الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

1. تنوع محتوى المعلومات المالية المنشورة في المواقع الإلكترونية من حيث مقدار المعلومات المفصح عنها – إحصائيات، أو ملخصات، أو قوائم مالية غير مرفقة بالملاحظات، أو قوائم ماليـــة كاملة –، ومن حيث خصائص تلك المعلـــــومات – الوقتية، وإمكانية الإعتماد، وإمكانية المقارنة والثبات – .
2. تنوع أساليب عرض المعلومات على المواقع الإلكترونية للمنشآت بتكوينـــات لا نهائية لأساليب العرض المميزة لتكنولوجيا الويب (web) من صـــوت وصـــورة وفيديو، وإمكانية الربط بين أجزاء التقرير، والإتصال بالمواقع الأخرى المرتبطة بالمعلومات المفصح عنها على الموقع، وإمكانية إنزال التقرير لأغراض التحليل.
3. تميز الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت بالملائمة نظرا لوقتية المعلومات المنشورة وما تضيفه للقدرة التنبؤية والتقييمية لمستخدمي المعلومات.

وما يعيب هذه الدراسة أنها نظرية وقائمة على استخلاص ما توصلت إليه الدراسات السابقة.

3- دراسة (الجبر، 2002) بعنوان:

" نشر التقارير المالية للشركات السعودية على الإنترنت "

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى استخدام الشركات السعودية المساهمة للنشر الإلكتروني للمعلومات المالية وإلى فحص مدى توافق تجربة الشركات السعودية في النشر الإلكتروني مع نتائج الدراسات السابقة التي تم إجراؤها في دول مختلفة. ولغرض تحقيق أهداف هذه الدراسة قام الباحث باختيار الشركات السعودية المساهمة التي يتم تداول أسهمها في السوق السعودي وعددها 69 شركة موزعة ضمن 6 قطاعات صناعية وهي: البنوك، والصناعة، والأسمنت، والخدمات، والكهرباء، والزراعة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

1. 39% من الشركات عينة الدراسة (27 من 69) لديها مواقع على الإنترنت.
2. 37% من الشركات التي لديها مواقع (10 من 27) تحتوي مواقعها على معلومات مالية، 80% منها (8 من 10) قدمت معلومات مالية كاملة، و 20% منها (2 من 10) قدمت معلومات مالية جزئية.
3. جميع البنوك السعودية عينة الدراسة (9 بنوك) لديها مواقع إلكترونية، وجميعها لديها بيانات مالية، منها (8 بنوك) تحتوي على بيانات مالية كاملة، وبنك واحد يحتوي على معلومات مالية جزئية، وشركة صناعية واحدة قدمت معلومات مالية جزئية.
4. كانت نسبة الشركات التي لديها مواقع في القطاعات الأخرى وهي الصناعية والخدمية والكهربائية والزراعية (36%، 24%، 50%، 44% على التوالي).

4- دراسة (محمد، 2002) بعنوان:

" نشر التقارير المالية على الإنترنت: مسح لمصر والسعودية والكويت "

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة درجة استخدام الإنترنت لأغراض نشر التقارير المالية في مصر والسعودية والكويت مقارنة بالدول الغربية وأهم خصائص مواقع الشركات. وتم اختيار الدول العربية الثلاث لكونها تملك أسواقاً نشطة للأوراق المالية مقارنة بباقي الدول العربية. ولغرض تحقيق أهداف هذه الدراسة اعتمد الباحث بصفة أساسية على المنهج الإستقرائي، حيث تم إجراء البحث على الشركات المسجلة في أسواق الأوراق المالية في كل من مصر والسعودية والكويت، لأن هذه الشركات أكبر حجما، ومسايرة للأبحاث الغربية في هذا المجال، وعددها 105 شركات (مصر 50 شركة، السعودية 43 شركة، الكويت 12 شركة) وتم الحصول على أسماء هذه الشركات من خلال الإستعراض للمواقع الإلكترونية والإطلاع على النشرات الرسمية لأسواق المال بالدول الثلاث، وتم استعراض مواقعها في شهر أغسطس عام 2002م.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

1. 68% من الشركات عينة الدراسة لديها مواقع الكترونية على شبكة الإنترنت (48%، 81%، 100% من الشركات عينة الدراسة في مصر والسعودية والكويت على التوالي).
2. 20% من الشركات عينة الدراسة تحتوي مواقعها على بيانات مالية (18%، 14%، 50% من الشركات عينة الدراسة في مصر والسعودية والكويت على التوالي).

3. 10% من الشركات عينة الدراسة تحتوي مواقعها على بيانات مالية كاملة بلغة Adobe Acrobate (10%، 7%، 25% من الشركات عينة الدراسة في مصر والسعودية والكويت على التوالي).

5- دراسة (المليجي، 2002) بعنوان:

" تقييم جودة التقرير المالي الإلكتروني: دراسة اختبارية على القطاع المصرفي "

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أنواع التقارير المالية التي تعرضها البنوك العاملة في مصر على شبكة الإنترنت، وكذلك التعرف على البنوك التي يتوفر في تقريرها خصائص الجودة المتعارف عليها، والتعرف على خصائص هذه البنوك أيضا. ولغرض تحقيق أهداف هذه الدراسة قام الباحث بتجميع البيانات عن جميع البنوك العاملة في مصر – باستثناء البنك المركزي المصري– من واقع دليل بنوك مصر لعام 2003/2002م، كما تم تجميع البيانات عن خصائص البنوك من هذا الدليل، وتكون مجتمع الدراسة من 24 بنكاً، وهي البنوك التي تعرض تقاريرها المالية عبر شبكة الإنترنت.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

1. 37.5% من البنوك المصرية عينة الدراسة (9 من 24) تعرض قوائمها المالية كاملة، كما تعرض جميعها أجزاءاً من التقارير السنوية.
2. لا يتضمن التقرير المالي الإلكتروني لجميع البنوك العاملة في مصر معايير الجودة الواجب توافرها في التقرير المالي الإلكتروني.
3. متغيرات الدخل وحقوق الملكية والودائع والإستثمارات والقروض تفسّر جودة التقرير المالي الإلكتروني، ومتغير الأصول لا يُفسّر جودة التقرير الإلكتروني.

6- دراسة (توفيق، 2002) بعنوان:

" مدى الحاجة إلى تنظيم التوزيع الإلكتروني لمعلومات تقارير الأعمال بالتطبيق على القطاع المصرفي وأساليب التنفيذ والمحاسبة عن عمليات التجارة الإلكترونية "

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم مدى استخدام التوزيع الإلكتروني لمعلومات تقارير الأعمال حالياً لنشر المعلومات المالية وغير المالية على شبكة الإنترنت من جانب وحدات القطاع المصرفي العاملة في مصر، وبيان الجهود المبذولة عالمياً لتنظيم هذا العرض بالوسائل الإلكترونية. ولغرض تحقيق أهداف هذه الدراسة قام الباحث بأخذ جميع البنوك العاملة في مصر باستثناء البنك المركزي المصري وعددها 58 بنكاً عينة للدراسة، كما تم الإعتماد على محركات البحث العربية والإنجليزية لحصر مواقع البنوك العاملة في مصر والتي تم أخذ أسمائها من دليل بنوك مصر لعام 2000/1999.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

1. حوالي 33% من البنوك العاملة في مصر (19 من 58) لديها مواقع إلكترونية وتعرض تقارير الأعمال.
2. أظهر البحث أن حوالي 7% من البنوك العاملة في مصر وفرت للمتصل بشبكة الإنترنت الخدمات المصرفية عبر الشبكة Online Banking (إمكانية تنفيذ بعض العمليات المصرفية).
3. أثبت التحليل متعدد المتغيرات أن المتغيرات المعنوية المفسرة لاستخدام القطاع المصرفي للتقرير المالي الإلكتروني هي متغير الحجم (الأصول) للبنك، ومتغير الملكية الخاصة (قطاع خاص).

7- دراسة (متولي، 2003) بعنوان:

" تقنيات ومعايير إنتاج التقارير المحاسبية عبر شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)"

هدفت هذه الدراسة إلى الحصول على دليل ميداني عن واقع إنتاج التقارير المحاسبية عبر شبكة المعلومات الدولية، ومعرفة ما إذا كان هناك فروق معنوية في أنواع التقارير المحاسبية، واختبار المعايير الخاصة باختيار نظام تقني للتقرير المحاسبي عبر شبكة المعلومات الدولية. ولغرض تحقيق أهداف هذه الدراسة قام الباحث باتباع المنهج الإستنباطي بصفة أساسية، وكذلك توزيع استبانة تتعلق بمدى الرضا عن معايير نظام التقرير المحاسبي عبر شبكة الإنترنت على العاملين بخدمات شبكة المعلومات الدولية، وأعضاء هيئة التدريس المتخصصين، ومديري المواقع الإلكترونية بالشركات ، وتكونت عينة الدراسة من 140 شركة تعمل في بيئة الأعمال المصرية. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

1. 44% من الشركات عينة الدراسة (62 من 140) لديها مواقع إلكترونية.
2. 40% من الشركات التي لديها مواقع تنتج تقارير محاسبية.
3. هناك فروق معنوية في أنواع التقارير المحاسبية التي تنتجها الشركات المصرية عبر شبكة المعلومات الدولية، حيث احتوت جميع مواقع الشركات التي تنتج تقارير محاسبية على قائمتي الميزانية والدخل، بينما كانت 20% منها تحتوي على القوائم المالية كاملة، و60% قائمة التدفقات النقدية، و40% تقارير محاسبية أخرى، و8% تقارير ربع سنوية.
4. أظهرت نتيجة الإستبيان أن نسبة الرضا عن المعايير التي تم اختبارها بلغت 86.6% وهي نسبة مقبولة.

8- دراسة (عبدالملك، 2003) بعنوان:

" دور الإفصاح المالي وغير المالي عبر الإنترنت في تحسين قرارات المستثمرين بسوق الأوراق المالية: دراسة نظرية وتطبيقية "

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى حاجة البيئة المصرية لمعيار للإفصاح الإلكتروني، ومدى إمكانية تحسين قرارات المستثمرين من خلال الإفصاح الإلكتروني، والتعرف على وجهة نظر المستثمرين وهيئة سوق المال وبورصة الأوراق المالية تجاه الإفصاح الإلكتروني. ولغرض تحقيق أهداف هذه الدراسة قام الباحث باتباع المنهج الإستقرائي الإستنباطي لكل ما استطاع الحصول عليه من مراجع ومؤتمرات وأبحاث عبر الإنترنت، كما قام بتوزيع قائمة استقصاء لـ 40 شركة سمسرة مالية، كما تم استخدام أسلوب المقابلات الشخصية.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

1. يحقق نشر التقارير المالية وغير المالية عبر الإنترنت درجة من الإفصاح الشامل ومن ثم تتحقق الشفافية وتنخفض درجة عدم تماثل المعلومات.
2. يعتبر الإفصاح عبر الإنترنت من أهم المعلومات المستخدمة لاتخاذ قرار الإستثمار، كما أنه يحسن من قرارات المستثمرين.
3. اتفاق غالبية المستثمرين على وجود الإفصاح الإلكتروني مع الإفصاح التقليدي كمرحلة أولى، كما تبين أنه ليس هناك انتشار للإفصاح الإلكتروني في البيئة المصرية.

9- دراسة (محمد، 2003) بعنوان:

" استخدام لغة XBRL في تعظيم الإستفادة من معلومات تقارير الأعمال المنشورة إلكترونيا "

هدفت هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على ظاهرة النشر الإلكتروني لمعلومات تقارير الأعمال، ومظاهر الفوضى التي واكبت ذلك، وإلى شرح الإطار المفاهيمي للغة eXtensible Business Reporting Language المعروفة باختصار – XBRL– والتي تعتمد بصفة أساسية على لغة XML – eXtensible Markup Language–. ولغرض تحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بمراجعة الدراسات السابقة المتعلقة بالنشر الإلكتروني لمعلومات وتقارير الأعمال، والمتعلقة أيضا بلغة إعداد تقارير الأعمال –XBRL–.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

1. هناك تزايد وسرعة كبيرة في استخدام الإنترنت لأغراض نشر معلومات تقارير الأعمال، وأن هناك فجوة بين الدول الغربية والعربية من حيث عدد الدراسات ومن حيث تبني الشركات العربية للإنترنت كقناة لنشر معلومات تقارير الأعمال.
2. هناك تباين في محتوى وخصائص وطريقة عرض تقارير الأعمال، وتنوع البرامج المستخدمة في نشر تقارير الأعمال، حيث تعرض بعض الشركات معلومات مالية كاملة وأخرى جزئية، كما أمكن عرض معلومات الأعمال باستخدام الصوت والفيديو، وقد أحدث الإنترنت زيادة نوعية كبيرة في ملائمة المعلومات إلا أنها سببت تراجعا في خاصيتي الثقة والقابلية للمقارنة.
3. أهم المنافع والمزايا التي وفرتها لغة XBRL تتمثل في: الإستقلال التكنولوجي، وإمكانية التداول البيني للبيانات، والإعداد الجيد للتقارير المالية، وعمل

المستخلصات الموثوق بها من المعلومات المالية وتبادلها بثقة ونشرها بسهولة وتحليلها بسرعة، وتوفير الوقت والمجهود، وتحسين إمكانية المقارنة.

10- دراسة (Charles et al. , 2003) بعنوان:

" Web-based Financial Reporting – A Vision for the Future - "

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة حالة التقارير المالية المنشورة في المواقع الإلكترونية لأثرى 100 شركة في العالم (Fortune 100). ولغرض تحقيق هدف هذه الدراسة قام الباحثون بتتبع مواقع الشركات الأكثر ثراءاً في العالم لمعرفة مدى وحجم الإفصاح لديها على الإنترنت وذلك في ثلاث فترات زمنية مختلفة، وهي: شهر يونيو عام 1999م، وشهر يناير عام 2001م، وشهر يونيو عام 2003م. معتمدين في ذلك على ملاحظاتهم.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

1. زيادة تكرار وكمية الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية للشركات، والإعتراف أيضاً بتحقيق مبدأ الإفصاح العادل عن البيانات والتقارير المالية المنشورة في المواقع الإلكترونية للشركات.
2. تخفيض تكاليف الإعتماد على التقارير المالية المطبوعة.
3. استخدام وسائل إعلام جديدة لنشر البيانات المالية وغير المالية مثل البث الحي للصوت وحتى الصورة أيضا.

11- دراسة (Davey & Homkajohn, 2004) بعنوان:

" Corporate Internet Reporting: An Asian Example "

هدفت هذه الدراسة إلى قياس جودة ممارسات التقارير المالية المنشورة عبر الإنترنت لأكبر 40 شركة مدرجة في البورصة التايلاندية. ولغرض تحقيق هدف هذه الدراسة قام الباحثان باستخدام مؤشر تم تطويره من قبل (Cheng et al., 2000) والذي يهدف إلى تفضيل التكنولوجيا عن المحتوى، كما تم تقسيم المؤشر إلى 4 أقسام وبأوزان نسبية كالتالي: 40% المحتوى، 20% الوقتية، 20% التكنولوجيا، 20% دعم المستخدمين.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

1. 92.5% من الشركات عينة الدراسة (37 من 40) لديها مواقع إلكترونية.
2. 81% من الشركات التي لديها مواقع (30 من 37) تعرض مجموعة كاملة من قوائمها المالية، و13.5% (5 من 37) تعرض ملخصات لقوائمها المالية في مواقعها الإلكترونية.
3. عرضت 30 شركة تقريرها السنوي كاملا بصيغة PDF، بينما شركتين فقط استخدمتا صيغة HTML، وتم عرض تقارير سنوية سابقة من سنتين إلى ثلاث سنوات وتقارير فترية تغطي السنة الماضية والحالية.

12- دراسة (العتيبي، 2005) بعنوان: " نحو إطار مقترح لإعداد معيار محاسبي سعودي لتنظيم نشر التقارير المالية الفورية عبر الإنترنت "

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى الحاجة إلى معيار سعودي ينظم الإفصاح عن المعلومات والقوائم المالية الفورية عبر الإنترنت، ودراسة ممارسات الإفصاح وتقييم فاعلية

وصدق الإفصاح المحاسبي للقوائم المالية الفورية عبر الإنترنت. ولغرض تحقيق هدف هذه الدراسة قام الباحث بتقسيم الدراسة إلى ثلاثة أقسام: تناول القسم الأول مقاييس الجودة للمعلومات المحاسبية، وتناول القسم الثاني الدراسات السابقة في ضوء مقاييس الجودة للمعلومات، وتناول القسم الثالث وضع بعض القواعد الإسترشادية لتنظيم النشر والإفصاح المالي عبر الإنترنت.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

1. تنوع محتوى المعلومات المالية المنشورة عبر المواقع الإلكترونية.
2. يتميز الإفصاح الإلكتروني بالملائمة نظراً لوقتية المعلومات المنشورة وما تضيفه للقدرة التنبؤية والتقييمية لمستخدمي المعلومات.
3. تتحكم إدارة المنشأة في الأهمية النسبية للمعلومات واعتبارات التكلفة والمنفعة.

وما يعيب هذه الدراسة أنها نظرية وقائمة على اقتراح معيار من خلال استخلاص ما توصلت إليه الدراسات السابقة في دول غير السعودية، ولم تستند إلى دراسة عملية.

13- دراسة (Alkhalaileh et al., 2005) بعنوان: " A Preliminary Investigation on the Use of the Internet for Business Reporting: A Case Study of Companies Listed on Amman Stock Exchange (ASE) "

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى استخدام الشركات الأردنية المدرجة في بورصة عمان – سوق عمان المالي في تاريخ إعداد الدراسة – في عام 2002م لمواقعها الإلكترونية للإفصاح عن معلوماتها المالية وغير المالية، ومعرفة ما إذا كانت مواقعها الإلكترونية موجهة للعملاء أو موجهة للمستثمرين، ومعرفة تأثير بعض الخصائص مثل حجم الشركة والقطاع الذي

تنتمي إليه وحجم الإستثمارات الأجنبية على استخدام الشركة للإنترنت كأداة للإفصاح عن بياناتها المالية وغير المالية. ولغرض تحقيق أهداف هذه الدراسة بدأ الباحثون بدليل الشركات المساهمة الأردنية (Jordanian Shareholding Companies Guide)- JSCG - لعام 2002م لإختيار العينة الأولية للدراسة التي تكونت من 204 شركة مدرجة في بورصة عمان، وبعد استبعاد الشركات التي لا تتداول أسهمها في بورصة عمان، أصبحت العينة النهائية تتكون من 183 شركة تتداول أسهمها في بورصة عمان تعمل في أربعة قطاعات كالتالي: 17 شركة في قطاع البنوك، و25 شركة في قطاع التأمين، و59 شركة في قطاع الخدمات، و82 شركة في القطاع الصناعي.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

1. حوالي 45% من الشركات (82 من 183) لديها مواقع خاصة بها.
2. تحتل البنوك المرتبة الأولى من حيث عدد الشركات التي لديها مواقع إلكترونية حوالي 94% (16 من 17)، وأيضا من حيث حجم المعلومات المفصحة فيها.
3. كانت نسبة الشركات التي لديها مواقع في قطاع التأمين وقطاع الخدمات والقطاع الصناعي (48%، 44%، 34%) على التوالي.
4. المواقع الإلكترونية للشركات في القطاعات الأخرى (الخدمي، والتأميني، والصناعي) تميل إلى أنها موجهة للعملاء بدلاً من توجيهها للمستثمرين وبشكل عام لا تفصح عن تقاريرها السنوية أو أي معلومات مالية أخرى.
5. هناك علاقة طردية – موجبة – بين حجم الشركة وحجم الإستثمار الأجنبي وامتلاك الشركة لموقع إلكتروني واستخدامه للإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية.

14- دراسة (Matherly, & Burton, 2005) بعنوان:

"An Analysis of Corporate Website Disclosures"

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل البيانات والتقارير المالية التي تفصح عنها الشركات العامة في مواقعها الإلكترونية، وذلك ضمن أربعة قطاعات صناعية وهي: صناعة السيارات وقطع الغيار، وصناعة الأغذية والمشروبات، وصناعة أجهزة الحاسوب، والصناعات الدوائية. ولغرض تحقيق هذه الأهداف واختيار الخصائص اعتمد الباحثان على تقرير بعنوان: "Improving Business Reporting: Insights Into Enhancing Voluntary Disclosures" والذي نشر كجزء من مشروع بحث التقارير المالية (Business Reporting Research Project) – BRRP- التابع لهيئة معايير المحاسبة الدولية (Financial Accounting Standards Board) –FASB-، والذي تضمن أكثر من 70 خاصية متعلقة بالإفصاح الإختياري قابلة للتطبيق على جميع الصناعات، وبعد إجراء الدراسة الأولية تم تخفيض الخصائص إلى 35 خاصية ضمن خمس مجموعات كالتالي: بيانات الأعمال، والبيانات عن النظرة المستقبلية، وخلفية عن الشركة، والنواحي المعنوية، وفقا لتقرير (BRRP)، وأضاف الباحثان المجموعة الخامسة وهي المعلومات الملائمة لغرض إجراء هذه الدراسة على الشركات العامة ضمن القطاعات الصناعية المذكورة أعلاه. وتم اختيار عينة الدراسة من الشركات التي يعتقد بأنها تمثل الشركات ذات التقنية المتطورة (High-Tech)، والأعلى مخاطرة، والشركات التي يرى أنها أكثر استقراراً وأقل مخاطرة. وقام الباحثان باختيار شركات معينة ضمن كل صناعة وفقا لرقم تصنيفها الصناعي، ومدى توفر بياناتها ضمن قاعدة البيانات (Compustat) التابعة لـ (Standard & Poor)، حيث ضمت عينة الدراسة 396 شركة موزعة كالتالي: 334 شركة محلية و 62 شركة أجنبية.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

1. نسبة متوسط الإفصاح 38% من إجمالي الخصائص موضوع الدراسة.
2. ظهر المدى الأكبر للإفصاح فيما يتعلق بالمجموعة الخاصة بالخلفية عن الشركة.
3. كشفت الدراسة أن الشركات في القطاع الصناعي الأكثر مخاطرة (صناعة أجهزة الكمبيوتر، والصناعات الدوائية) أقل إفصاحاً عن بيانات الأعمال من الشركات في القطاع الصناعي الأقل مخاطرة حيث بلغت النسبة (23% و35% على التوالي).
4. وجد الباحثان أن هناك علاقة طردية بين حجم الشركة والإفصاح، حيث وجدا أن الشركات الصغيرة تفصح عن معلومات أقل بعكس الشركات الكبيرة.

15- دراسة (Vasal & Srivastava, 2005) بعنوان: " **IT and Web-based Accounting: Evidence From the Indian Capital Market**"

هدفت هذه الدراسة إلى التحقق من الممارسات المحاسبية للشركات في السوق الرأس مالي الهندي التي تستخدم مواقعها الإلكترونية لعرض بياناتها وتقاريرها الماليه فيها، وذلك من خلال دراسة جودة التقارير المالية فيما يتعلق بالوقتية، وذلك باستخدام نموذج الأسهم كمتغير ممثل لجودة التقارير المالية. ولغرض تحقيق هذه الأهداف تكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات التي تتداول أسهمها في بورصة الهند الوطنية (National Stock Exchange) - NSE- لعام 2004م، وأسفرت النتائج عن عينة مكونة من 781 شركة، كما تم أخذ بيانات عن المتغيرات التالية: مجموعات سوق رأس المال، والقطاع الصناعي، والشركات المدرجة في البورصات

الأجنبية، حيث تم تقسيم الشركات فيما يتعلق بمجموعات رأس المال إلى ثلاث مجموعات كالتالي: مجموعة رأس المال الكبيرة وتكونت من 100 شركة، والمتوسطة وتكونت من 194 شركة، والصغيرة وتكونت من 487 شركة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

1. 28% من الشركات عينة الدراسة قامت بعرض بياناتها وتقاريرها المالية في مواقعها الإلكترونية في الوقت المحدد لذلك.
2. 56% من الشركات الرأسمالية الكبيرة ملتزمة بوقتية عرض التقارير المالية في مواقعها الإلكترونية، بينما كانت النسبة في الشركات الرأسمالية المتوسطة والصغيرة كالتالي: 26.8% و23.4% على التوالي.
3. 37% من الشركات المدرجة في البورصات الخارجية ملتزمة بوقتية عرض التقارير المالية في المواقع الإلكترونية، و28% من الشركات المدرجة في البورصة الوطنية – المحلية – ملتزمة بذلك.

16- دراسة (Smith & Peppard, 2005) بعنوان: " Internet Financial Reporting Benchmarking Irish PLCs Against Best Practice "

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز ممارسات التقرير المالي الإلكتروني للشركات العامة الإيرلندية في مقابل أفضل الممارسات الدولية. ولغرض تحقيق أهداف هذه الدراسة قام الباحثان بأخذ الشركات التي تتداول أسهمها في البورصة الإيرلندية وعددها 43 شركة، وتم تحديد المواقع الإلكترونية للشركات باستخدام محركات البحث العالمية Google, MSN, Yahoo بسهولة، وتم

تحميل مواقع هذه الشركات باستخدام Internet Explorer أو Mozilla Firefox كما تم استخدام قوائم لفحص إمكانية الوصول، وصلاحية الإبحار ومحتوى علاقات المستثمر.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

1. 95% من الشركات الإيرلندية العامة (41 من43) لديها مواقع إلكترونية.
2. 93% من الشركات التي لديها مواقع (37 من 43) تفصح عن بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية.
3. 98% من الشركات عينة الدراسة تستخدم ملفات PDF للإفصاح عن تقاريرها السنوية والفترية، بالإضافة إلى 33% متوفرة أيضاً بصيغة HTML.
4. لم تطبق أي شركة إيرلندية عامة مدرجة في البورصة الإيرلندية جميع المعايير في قوائم الفحص.

17- دراسة (Momany & Al-shorman, 2006) بعنوان:

" Web-Based Voluntary Financial Reporting of Jordanian Companies "

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة وضع الشركات الأردنية المدرجة في السوق الأول لبورصة عمان لعام 2004م فيما يتعلق بالتالي:

1. مدى توفر مواقع إلكترونية للشركات المدرجة في بورصة عمان.
2. تحديد المعلومات المالية المفصح عنها في المواقع الإلكترونية للشركات.
3. محاولة تفسير الإختلاف الموجود في المعلومات المالية المعروضة في المواقع الإلكترونية للشركات الأردنية المدرجة في بورصة عمان.

ولغرض تحقيق هذه الأهداف قام الباحثان بأخذ جميع الشركات المدرجة في السوق الأول لبورصة عمان لعام 2004م كمجتمع للدراسة، حيث تكونت عينة الدراسة من 60 شركة موزعة على ثلاثة قطاعات حسب تصنيف بورصة عمان كالتالي: 10 شركات تأمين، و18 شركة خدمية، 32 شركة صناعية، باستثناء البنوك نتيجة لحقيقة توصل إليها الباحثان بأن جميعها لديها مواقع إلكترونية وتفصح عن بياناتها وتقاريرها المالية كاملة.

قام الباحثان بالدراسة المسحية في الفترة من أكتوبر 2003م حتى سبتمبر 2005م باستخدام محركي بحث رئيسيين Yahoo & Google بغرض اكتشاف ما إذا كان للشركات مواقع إلكترونية من عدمه. بالإضافة إلى المواقع التالية (www.jordanexporters.org)، و(www.jedco.gov.jo)، و (www.ammantoday.com).

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

1. حوالي 45% من الشركات لديها مواقع إلكترونية.
2. كانت نسبة الشركات التي لديها مواقع في قطاع التأمين وقطاع الخدمات والقطاع الصناعي (40%، 50%، 44%) على التوالي.
3. 70% من الشركات التي لديها مواقع إلكترونية تفصح عن بياناتها المالية فيها (50% من قطاع التأمين، 78% من قطاع الخدمات، 71% من قطاع الصناعة).
4. 31.5% من الشركات التي تفصح عن بياناتها في مواقعها الإلكترونية تعرض بياناتها المالية كاملة (71.5% من قطاع الخدمات، 10% من قطاع الصناعة)، بينما 15.8% منها تعرض أجزاءاً من القوائم المالية أو ملخصات لها (30% من

قطاع الصناعة)، وما تبقى منها 52.7% تعرض مقتطفات من بياناتها المالية (100% قطاع التأمين، 28.5% من قطاع الخدمات، 60% من قطاع الصناعة).

5. وجد الباحثان أن الشركات التي تعرض بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية غالباً ما تكون كبيرة الحجم وذات رافعة مالية أكبر ولديها تركز في الملكية ونسبة ملكية المؤسسات والمستثمرين الأجانب أكثر وأحدث من الشركات التي لا تعرض بياناتها في مواقعها الإلكترونية أو التي ليس لديها مواقع إلكترونية.

18- دراسة (Oyelere & Mohammed, 2007) بعنوان:

" Internet Financial Reporting In Oman "

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة طبيعة ومدى استخدام الشركات المدرجة في بورصة مسقط Muscat Securities Market –MSM- للتقارير المالية الإلكترونية Internet Financial Reporting –IFR-. ولغرض تحقيق هدف هذه الدراسة قام الباحثان بأخذ جميع الشركات المدرجة في بورصة مسقط في نهاية شهر يونيو 2006م وعددها 142 شركة عينةً للدراسة، كما تم الحصول على أسماء هذه الشركات والبيانات المتعلقة بها من الموقع الإلكتروني لبورصة مسقط (www.msm.org.com) والموقع الإلكتروني لهيئة الأوراق المالية بعُمَان Capital Market Authority –CMA-، كما تم استخدام محركي البحث العالميين Yahoo & Google.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

1. 59% من الشركات عينة الدراسة (84 من 142) لديها مواقع إلكترونية.

2. احتلت البنوك المرتبة الأولى من حيث عدد الشركات التي لديها مواقع حيث بلغت النسبة 74%، بينما كانت النسبة في القطاع الصناعي وقطاع التأمين والخدمات 53%، 57% على التوالي.

3. حوالي 37% من الشركات التي لديها مواقع (31 من 84) تعرض بيانات مالية، منها 24 شركة (77%) تعرض التقرير السنوي.

19- دراسة (Omneya. et al., 2007) بعنوان:

" An Examination of the Comprehensiveness of Corporate Internet Reporting Provided by London-Listed Companies "

هدفت هذه الدراسة إلى فحص شمولية عرض التقارير المالية في المواقع الإلكترونية بمعرفة تأثير مجموعة من الخصائص عليها وهي: الشمولية وإمكانية الإستخدام والمحتوى العام والمصداقية للشركات المدرجة في بورصة لندن. ولغرض تحقيق هذه الأهداف قام الباحثون بأخذ عينة ضمت 120 شركة مدرجة في بورصة لندن تم الحصول عليها من خلال موقع بورصة لندن الإلكتروني، وتم استبعاد 10 شركات لفشل عملية تحميل مواقعها الإلكترونية، واستخدم الباحثون قائمة فحص تضمنت 143 بنداً لفحص الشمولية ككل، وتم تجزئتها إلى جزئين: الجزء الأول تضمن 74 بنداً لفحص المحتوى، و تضمن الجزء الثاني 69 بنداً لفحص القابلية للإستخدام، كما تم تجزئة بنود فحص المحتوى إلى جزئين: الأول تضمن 19 بنداً لفحص المحتوى العام، والثاني تضمن 55 بنداً لفحص المصداقية.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ما يلي:

1. لم يجد الباحثون أي دليل بوجود ارتباط بين حصة الأغلبية ومستوى عرض التقارير المالية في المواقع الإلكترونية فيما يتعلق بالمتغيرات الأربعة وهي الشمولية والمحتوى العام والمصداقية والقابلية للإستخدام.
2. وجد الباحثون أن هناك علاقة ارتباط سلبية هامة بين حصة المدير وعرض التقارير المالية في المواقع الإلكترونية فيما يتعلق بالمتغيرات الثلاثة وهي الشمولية والمحتوى العام والقابلية للإستخدام، ولم يجد الباحثون أي علاقة ارتباط ذات أهمية بين حصة المدير والمصداقية.
3. وجد الباحثون أن هناك علاقة ارتباط إيجابية بين نسبة المديرين المستقلين وشمولية عرض التقارير المالية في المواقع الإكترونية فيما يتعلق بالمتغيرين التاليين: الشمولية والمحتوى العام، ولم يجد الباحثون أي دليل لاختلاف هام بين استقلالية المديرين والمصداقية والقابلية للإستخدام.

3,3 ملخص الدراســــات السابقـــــــة:

يلخص الجدول التالي رقم (3-1) ما تم استعراضه من الدراسات السابقة بذكر اسم المؤلف أو المؤلفين والدولة التي أجريت فيها الدراسة وعدد الشركات وأهم النتائج.

الجدول رقم (3-1)

ملخص الدراســات السابقـــة

الدراسة/ السنة	الدولة/ الأسلوب	عدد الشركات	النتائج
توفيق، 2002م	مصر/ دراسة مسحية	58	- 26% من البنوك تعرض بياناتها المالية إلكترونيا. - جميع البنوك التجارية الحكومية لديها مواقع. - البنوك المستخدمة للتقرير المالي الإلكتروني عموما أكبر بمقياس حجم الأصول والربحية وحقوق المساهمين والقروض والودائع
مبارك ورجب، 2002م	دراسة نظرية	----	- تنوع محتوى المعلومات المالية المنشورة. - تنوع أساليب عرض المعلومات على المواقع الإلكترونية
الجبر، 2002م	السعودية/ دراسة مسحية	69	- 39% من الشركات لديها مواقع إلكترونية. - 37% من الشركات التي لديها مواقع تعرض بياناتها المالية فيها. -جميع البنوك السعودية تعرض بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية، 89% منها تعرض بيانات مالية كاملة. - نسبة الشركات التي لديها مواقع في القطاعات الصناعية والخدمية والكهربائية والزراعية (36%، 24%، 50%، 44% على التوالي).
محمد، 2002م	مصر والسعودية والكويت/ دراسة مسحية	105	- 68% من الشركات لديها مواقع إلكترونية. - 20% من الشركات التي لديها مواقع تعرض بياناتها المالية فيها. - 10% من الشركات التي لديها مواقع وتعرض بياناتها المالية فيها تعرض بيانات مالية كاملة.
المليجي، 2002م	مصر/ دراسة مسحية	24	- 37.5% من البنوك تعرض قوائمها المالية كاملة في مواقعها الإلكترونية.

			- متغيرات الدخل وحقوق الملكية والودائع والإستثمارات والقروض تفسر جودة التقرير المالي الإلكتروني.
توفيق، 2002م	مصر/ دراسة مسحية	58	- 33% من البنوك لديها مواقع إلكترونية. - 7% من البنوك وفرت للمتصل بشبكة الإنترنت الخدمات المصرفية عبر الشبكة. ومتغير الحجم والملكية الخاصة تفسر استخدام التقرير المالي الإلكتروني.
متولي، 2003م	مصر/ دراسة مسحية	140	- 44% من الشركات لديها مواقع إلكترونية. - 40% من الشركات التي لديها مواقع تنتج تقارير محاسبية. - هناك فروق معنوية في أنواع التقارير المحاسبية الإلكترونية.
عبدالملك، 2003م	مصر/ دراسة نظرية	40	- يحقق نشر التقارير المالية وغير المالية عبر الإنترنت درجة من الإفصاح الشامل، ويحسن قرارات المستثمرين.
محمد، 2003م	دراسة نظرية	----	- هناك تباين في محتوى وخصائص وطريقة عرض تقارير الأعمال، وتنوع البرامج المستخدمة في نشرها. - الإستقلال التكنولوجي، وإمكانية التداول البيني للبيانات، والإعداد الجيد للتقارير المالية من أهم مميزات لغة XBRL.
Charles et al., 2003	أمريكا/ دراسة مسحية	100	- زيادة تكرار وكمية الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية، والإعتراف بتحقيق مبدأ الإفصاح العادل عن البيانات المالية المنشورة في المواقع الإلكترونية للشركات. - تخفيض تكاليف الإعتماد على التقارير المطبوعة.
Davey & Homkajohn, 2004	تايلاند/ دراسة مسحية	40	- 92.5% من الشركات لديها مواقع إلكترونية. - 81% من الشركات التي لديها مواقع إلكترونية تعرض مجموعة كاملة من قوائمها المالية فيها.
العتيبي، 2005م	دراسة نظرية	----	- يتميز الإفصاح الإلكتروني بالملائمة نظراً لوقتية المعلومات المنشورة وما تضيفه للقدرة التنبؤية لمستخدميها. - تتحكم إدارة المنشأة في الأهمية النسبية للمعلومات.
Alkhalaileh et al., 2005	الأردن/ دراسة مسحية	183	-45% من الشركات لديها مواقع إلكترونية، 94% من البنوك لديها مواقع إلكترونية وتعرض بيانات مالية كاملة. - نسبة الشركات التي لديها مواقع إلكترونية في قطاع التأمين والخدمات والصناعة (48%، 44%، 34% على التوالي). - هناك علاقة طردية موجبة بين حجم الشركة وحجم الإستثمار الأجنبي والإفصاح الإلكتروني للشركة.

Matherly & Burton, 2005	أمريكا/ دراسة مسحية	396	- نسبة متوسط الإفصاح 38% من إجمالي الخصائص. - المدى الأكبر للإفصاح فيما يتعلق بالخلفية عن الشركة. - هناك علاقة طردية بين حجم الشركة والإفصاح.
Vasal & Srivastava, 2005	الهند/ دراسة مسحية	781	- 28% من الشركات عرضت بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية في الوقت المحدد لذلك. - 56% من الشركات الرأسمالية الكبيرة، و37% من الشركات المدرجةفي البورصات الخارجية ملتزمة بوقتية عرض التقارير المالية في مواقعها الإلكترونية.
Smith & Peppard, 2005	إيرلندا/ دراسة مسحية	43	- 95% من الشركات لديها مواقع إلكترونية. - 93% من الشركات التي لديها مواقع إلكترونية تفصح عن بياناتها المالية فيها.
Momany & Alshorman, 2006	الأردن/ دراسة مسحية	60	- 45% من الشركات لديها مواقع إلكترونية، جميع البنوك لديها مواقع إلكترونية وتعرض بيانات مالية كاملة. - نسبة الشركات التي لديها مواقع إلكترونية في قطاع التأمين والخدمات والصناعة (40%، 50%، 44% على التوالي). - 70% من الشركات التي لديها مواقع إلكترونية تعرض بياناتها المالية فيها، و31.5% منها تعرض بيانات مالية كاملة - تبين أن الشركات التي تعرض بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية غالبا ما تكون كبيرة الحجم وذات رافعة مالية أكبر ولديها تركز في الملكية ونسبة ملكية المؤسسات والمستثمرين الأجانب أكثر وأحدث من الشركات التي لا تفصح عن بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية.
Oyelere & Mohammed, 2007	عُمان/ دراسة مسحية	142	- 59% من الشركات لديها مواقع إلكترونية (74% البنوك، 53% القطاع الصناعي، 57% قطاع التأمين والخدمات). - 37% من الشركات التي لديها مواقع تعرض بيانات مالية. - 77% من الشركات التي لديها مواقع وتعرض بياناتها المالية فيها تعرض بيانات مالية كاملة.
Omneya et al., 2007	لندن/ دراسة مسحية	120	-هناك علاقة ارتباط ايجابية بين نسبة المديرين المستقلين وشمولية عرض التقارير المالية في المواقع الإلكترونية فيما يتعلق بالشمولية والمحتوى العام.

4.3 ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

تتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بالنقاط التالية:

1. محاولة معرفة الفرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات وما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن الشركات عينة الدراسة، وهذا ما يميزها عن دراستي (Alkhalaileh et al.,2005)، (Momany & Alshorman, 2006) والتي أجريتا في المملكة الأردنية الهاشمية، ويميزها أيضا عن الدراسات الأجنبية التي تم استعراضها في هذه الدراسة.

2. عينة الدراسة: تكونت عينة الدراسة من 127 شركة وهو ضعف عدد عينة الدراسة التي قام بها (Momany & Alshorman, 2006) ، حيث كان عددها 60 شركة فقط، كما تم إدخال البنوك ضمن عينة الدراسة وهو ما يميز هذه الدراسة عن الدراسة سالفة الذكر حيث قام الباحثان باستثنائها من عينة الدراسة.

3. خصائص الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير ثمان خصائص من خصائص الشركات على إفصاح الشركات الأردنية عينة الدراسة عن بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية وهو ما يميزها عن دراسة (Alkhalaileh et al.,2005)، حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير ثلاث خصائص من خصائص الشركات على استخدام الشركات للإنترنت كأداة للإفصاح عن بياناتها المالية وغير المالية.

الفصل الرابع

منهجيــة الدراســـة

1.4 مقدمـــــــة

2.4 أدوات وطرق جمـع البيانـات

3.4 خطوات إجراء الدراســـة

4.4 مجتمع وعينـة الدراســـة

1.4 مقدمـــــــــــــة :

تم الإعتماد في إجراء هذه الدراسة على الكتب والدوريات والمجلات العلمية والرســائل الجامعية والمنشورات لتغطية الجانب النظري للدراسة، أما الجانب العملي فتم الإعتماد على دراسة مسحية لجمع المعلومات المتعلقة بها، وسيتم توضيحها في الجزء التالي.

2.4 أدوات وطرق جمـــع البيـــانـــات :

تم اتباع المنهجية التي اتبعها (Momany & Alshorman, 2006) في إجراء دراستهما وبنفس الخطوات.

حيث تم الإعتماد على محركي بحث رئيسين في إجراء هذه الدراسة هما:

1. محرك البحث العالمي Yahoo (www.yahoo.com).
2. محرك البحث العالمي Google (www.google.com).

بالإضافــة إلى الإعتماد علـــى الموقـــع الإلكترونـــي لمركـــز إيـــداع الأوراق الماليـــة (www.sdc.com.jo)، والموقع الإلكتروني لبورصة عمان (www.ase.com.jo)، ومواقـــع إلكـــترونية أردنيـــة عامـــة مثـــل: Jordanian Export Development and Commercial Centers Corporations (www.jedco.gov.jo)، Jordan Export Association (www.jordanexporters.org)، وأيضاً Amman Today (www.ammantoday.com).

3.4 خطوات إجراء الدراسة :

تم البحث في محركات البحث العالمية وفي المواقع الإلكترونية الأردنية المذكورة سابقاً لمعرفة ما إذا كان للشركات مواقع إلكترونية من عدمه، وأثناء عملية البحث تبين للباحث أن الموقع الإلكتروني لمركز إيداع الأوراق المالية (www.sdc.com.jo) يتضمن بيانات عن جميع الشركات المدرجة في بورصة عمان، فتم إعادة البحث في هذا الموقع بالنسبة للشركات التي لم يتم العثور على مواقعها الإلكترونية من خلال البحث في محركات البحث العالمية والمواقع الأردنية المذكورة سابقاً، كما صادف الباحث بعض المعوقات مثل وجود عنوان إلكتروني للشركة لكنه غير متوفر أو غير موجود (مثل: الموقع الإلكتروني لشركة الإتحاد للإستثمارات المالية www.unioninvestment.net، والموقع الإلكتروني لشركة السلام الدولية للنقل والتجارة www.salamjo.com، والموقع الإلكتروني لمصانع الخزف الأردنية www.joceca.com)، أو أن الموقع الإلكتروني تحت الصيانة أو الإنشاء (مثل: الموقع الإلكتروني لشركة الضامنون العرب www.arabassurers.jo، والموقع الإلكتروني لشركة المستثمرون العرب المتحدون www.uai.com.jo، والموقع الإلكتروني لشركة الإقبال للطباعة والتغليف www.ekbal.com) وقد تم استبعادها من نتائج هذه الدراسة. كما وجد الباحث أن بعض المواقع الإلكترونية لبعض الشركات عينة الدراسة تكون إما لشركة تابعة لها (مثل: الموقع الإلكتروني لجامعة العلوم التطبيقية www.asu.edu.jo التابع للشركة العربية الدولية للتعليم والإستثمار، والموقع الإلكتروني لجامعة البتراء www.uop.edu.jo التابع لشركة البتراء للتعليم، والموقع الإلكتروني لمستشفى الإستقلال www.istiklalhospital.com التابع لشركة البلاد للخدمات الطبية) أو لشركة قابضة لعدة شركات (مثل: الموقع الإلكتروني لشركة التجمعات www.altajamouat.com).

وتم اتباع المنهجية التي اتبعها (Momany & Alshorman, 2006)والتي استخدمت بواسطة (Oyelere et al., 2003) حسب ما ذكر في دراستهما، حيث تم تصنيف الشركات الأردنية إلى ثلاث مجموعات كالتالي:

1. شركات لديها مواقع إلكترونية وتعرض بياناتها المالية فيها.
2. شركات لديها مواقع إلكترونية ولا تعرض بياناتها المالية فيها.
3. شركات ليس لديها مواقع إلكترونية.

بعد ذلك استمر البحث بالنسبة للشركات التي تمتلك مواقع إلكترونية وتعرض بياناتها المالية فيها، وتم اتباع المنهجية التي اتبعها (Momany & Alshorman, 2006) أيضاً، وبناءاً على ذلك تم تقسيم الشركات التي تمتلك مواقع إلكترونية وتعرض بياناتها المالية فيها إلى ثلاث مجموعات كالتالي:

1. شركات تعرض بياناتها وقوائمها المالية كاملة.
2. شركات تعرض أجزاءاً من بياناتها و قوائمها المالية أو ملخصات لها.
3. شركات تعرض مقتطفات من بياناتها و قوائمها المالية.

وقام الباحث أيضاً بدراسة تأثير مجموعة من خصائص الشركات المختارة سالفة الذكر على إفصاح الشركات الأردنية عينة الدراسة عن بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية. ويبين الشكل رقم (4-1)، ص (53) خطوات إجراء هذه الدراسة.

وقد حاول الباحث الحصول على البيانات المتعلقة بهذه الخصائص من التعاميم والإفصاحات الخاصة بالشركات لعام 2008م، ولكن نظراً لعدم توفرها حتى شهر يونيو 2009م حيث تم الإتصال مع أحد موظفي البورصة وأفاد بأنها ستكون جاهزة في شهر أغسطس 2009م،

ونظراً لحدوث الأزمة المالية العالمية في عام 2008م واحتمال حدوث انحرافات ناتجة عن هذه الأزمة والتي ستؤثر بالطبع على الخصائص المختارة المراد معرفة تأثيرها على إفصاح الشركات عن بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية، تم اللجوء إلى البيانات المتعلقة بهذه الخصائص من التعاميم والإفصاحات الخاصة بالشركات لعام 2007م والمتوفرّة في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان (www.ase.com.jo) والموقع الإلكتروني لمركز إيداع الأوراق المالية (www.sdc.com.jo)، حيث تم أخذ مجموع الموجودات ممثلاً لحجم الشركة، ونسبة العائد على مجموع الموجودات (ROA) ممثلاً لنسبة الربحية، ومعدل المديونية ممثلاً لمقدار الرافعة المالية، ونسبة التداول ممثلاً لنسبة السيولة، كما تم احتساب تركز الملكية بالقانون التالي:

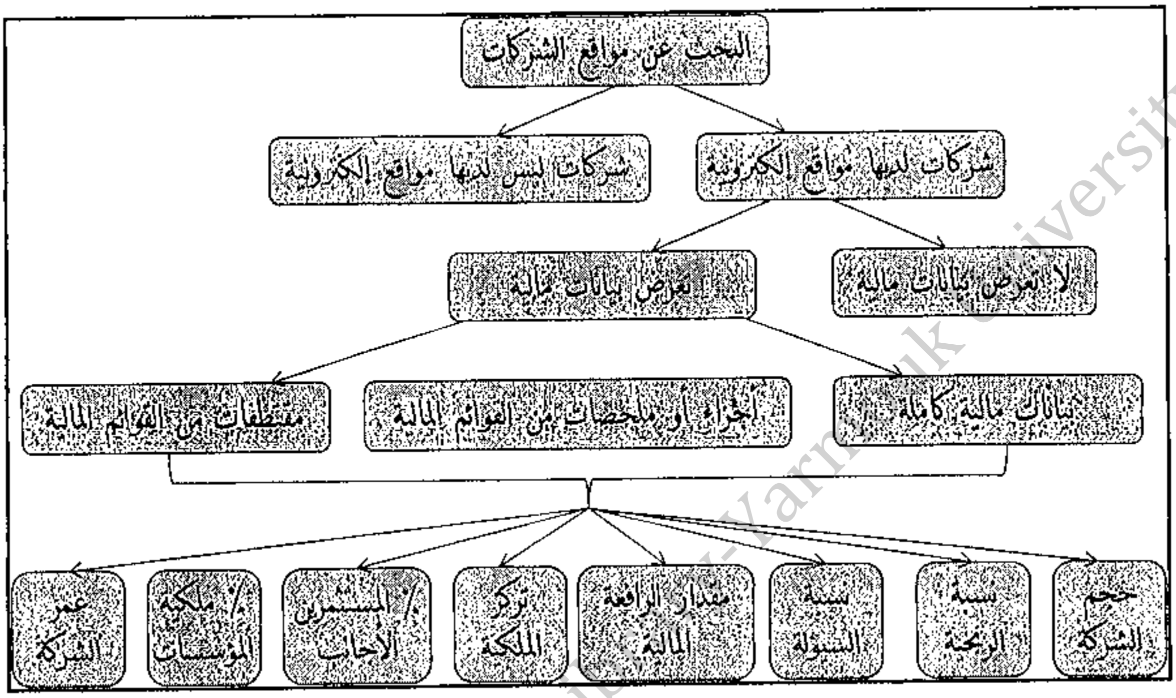
❖ تركز الملكية = عدد الأسهم المتداولة / عدد المساهمين.

كما تم أخذ نسبة ملكية المؤسسات ونسبة ملكية الأجانب ممثلاً لنوع الملكية، وتم أخذ الفرق بين تاريخ تسجيل الشركة وعام 2009م ممثلاً لعمر الشركة.

ولهذا الغرض تم دمج الشركات التي لديها مواقع إلكترونية ولا تستخدمها لعرض بياناتها وقوائمها المالية مع الشركات التي ليس لديها مواقع إلكترونية وتدعى لهذا الغرض بالشركات التي ليس لديها بيانات مالية، كما تم دمج الشركات التي تعرض بياناتها وقوائمها المالية كاملة مع الشركات التي تعرض أجزاءاً أو ملخصات أو مقتطفات من بياناتها وقوائمها المالية وتدعى لهذا الغرض بالشركات التي لديها بيانات مالية، وتم إجراء اختبار Mann-Whitney Test لمعرفة تأثير هذه الخصائص على الإفصاح الإلكتروني للشركات الأردنية عينة الدراسة باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS) الإصدار السادس عشر.

الشكل رقم (4-1)

مخطط إجراء الدراسة



المصدر: إعداد الباحث.

كما قام الباحث باختيار مجموعة من المعايير من خلال استعراض الدراسات السابقة لدراسة الفرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات وما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن الشركات عينة الدراسة، حيث تم استخدام أسلوب متفرع ثنائي، وذلك بإعطاء واحد للمعيار الذي تم الإفصاح عنه، وصفر للمعيار الذي لم يتم الإفصاح عنه، وتم أخذ المجموع لإجمالي المعايير وإجراء اختبار Mann-Whitney Test (بدلاً عن اختبار Independent T-test بسبب أنّ شرط التوزيع الطبيعي غير متحقق) لمعرفة الفرق إجمالاً، كما تم إجراء اختبار Kruskal-Wallis Test(بدلاً عن اختبار One-Way ANOVA بسبب أنّ شرط التوزيع الطبيعي غير متحقق أيضاً) لمعرفة الفرق بين القطاعات الرئيسة الثلاثة ضمن ما يعرض في المواقع الإلكترونية

للشركات أو ضمن ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان، كما تم استخدام إختبار Mann-Whitney U-Test للمقارنات البعدية في حالة وجود فروقات، كما تم إجراء اختبار Mann-Whitney U-Test (بدلاً عن اختبار Independent T-test بسبب أنّ شرط التوزيع الطبيعي غير متحقق أيضاً) لمعرفة الفرق بين ما يعرض في أحد القطاعات الرئيسة الثلاثة في المواقع الإلكترونية للشركات وبين ما يعرض في القطاع الرئيسي المقابل له في بورصة عمان، والتالي إيجاز لهذه المعايير والمقتبسة من دراسة (Matherly & Burton, 2005):

1. قائمة المركز المالي.
2. قائمة الدخل.
3. قائمة التدفقات النقدية.
4. قائمة التغيرات في حقوق الملكية.
5. الملاحظات المرفقة مع القوائم المالية.
6. تقرير مراجع الحسابات.
7. تقرير مجلس الإدارة.
8. أسماء رئيس وأعضاء مجلس الإدارة.
9. حصة الشركة من السوق.
10. استراتيجيات التسويق.
11. خلفية عن الشركة.
12. البيانات الصحفية.
13. الماركات أو المنتجات.
14. الأبحاث والتطوير.
15. إمكانية التواصل مع الشركة.

4.4 مجتمع وعينة الدراســـــة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات الأردنية المدرجة في الـسوق الأول لبورصـــة عمان في نهاية عام 2008م، وعددها 127 شركة مصنفة ضمن ثلاثة قطاعات رئيسة – حـسب تصنيف بورصة عمان الحالي- موزعة كالتالي: 55 شركة ضمن القطاع المـالي، و45 شـركة ضمن قطاع الصناعة، و27 شركة ضمن قطاع الخدمات، ويبين الجدول رقم (4-1) توزيع عينة الدراسة حسب القطاعات الرئيسة والفرعية. ونظراً لقلة عدد مجتمع الدراسة – عـدد الـشركات الأردنية المدرجة في السوق الأول لبورصة عمان – ولإمكانية جمع المعلومات عنهـا، وأيـضاً للخروج بنتائج يمكن تعميمها تم أخذ مجتمع الدراسة كاملاً عينةً للدراسة.

الجدول رقم (4-1)

توزيع عينة الدراسة حسب القطاعات الرئيسة والفرعية

القطاع المالي	عدد الشركات	قطاع الخدمات	عدد الشركات	قطاع الصناعة	عدد الشركات
البنـــوك	15	الخدمات الصحية	2	الأدوية و الصناعات الطبية	5
التأميــن	10	الخدمات التعليمية	4	الصناعات الكيماوية	5
الخدمات المالية المتنوعة	14	الفنادق والسياحة	3	صناعة الورق والكرتون	1
العقـــارات	16	النقـــل	6	الطباعة والتغليف	2
		التكنولوجيا والإتصالات	2	الأغذية و المشروبات	6
		الإعــلام	2	التبغ والسجائر	2
		الطاقة والمنافع	3	الصناعات الإستخراجية والتعدينية	8
		الخدمات التجارية	5	الصناعات الهندسية والإنشائية	5
				الصناعات الكهربائية	4
				صناعة الملابس والجلود والنسيج	5
				الصناعات الزجاجية والخزفية	2
الإجمـــالي	55	الإجمـــالي	27	الإجمـــالي	45

الفصل الخامس

تحليل البيانات ومناقشة النتائج

1.5 مقدمـــــــــة

2.5 تحليل ومناقشـة نتائج الدراســـة

3.5 إجـابـة أسـئلـة الدراســـة

1.5 مقدمـــــــــــــــة :

بعد أن تم استعراض منهجية وخطوات إجراء هذه الدراسة في الفصل السابق خصص هذا الفصل لمناقشة وتحليل نتائج هذه الدراسة المسحية في ضوء أسئلة وأهداف الدراسة المحددة سابقاً، كما تضمن أيضا الإجابة عن أسئلة الدراسة الأربعة ص.(4،5)، ولهذا الغرض تـم تقـسيم هـذا الفصل إلى جزئين رئيسين، حيث تضمن الجزء الأول تحليل ومناقشة نتائج الدراسة ومقارنتها مع نتائج الدراسات السابقة، وتضمن الجزء الثاني من هذا الفصل الإجابة عن أسئلة الدراسة الأربعة.

2.5 تحليل ومناقشة نتائج الدراسة:

تم في هذا الجزء التعرف على نتائج الدراسة المسحية التي قام بهـا الباحـث وتحليلهـا ومقارنتها مع نتائج الدراسات السابقة وفقا لترتيب خطوات إجراء هذه الدراسة وتسلسل أهدافها.

أولاً: مدى استخدام المواقع الإلكترونية من قبل الشركات الأردنية:

تبين من عملية المسح أن (68.5%) من الشركات الأردنية (87 من 127) لديها مواقـع إلكترونية، وأن (31.5%) من الشركات الأردنية (40 من 127) ليس لديها مواقـع إلكترونيـة، ويبين الجدول رقم (5-1) توزيع الشركات الأردنية التي لديها مواقع إلكترونية والتي ليس لـديها مواقع إلكترونية حسب القطاعات الرئيسة الثلاثة وهي: القطاع المالي وقطاع الخـدمات وقطـاع الصناعة وفقا لتصنيف بورصة عمان، كما يبين الملحق رقـم (1) أسـماء الـشركات الأردنيـة المدرجة في السوق الأول لبورصة عمان وعناوين مواقعها الإلكترونية التي قام الباحث بجمعهـا خلال إجراء هذه الدراسة مرتبة حسب القطاعات الرئيسة والفرعية وفقا لتصنيف بورصة عمـان في نهاية عام 2008م.

الجدول رقم (5-1)

توزيع الشركات الأردنية التي لديها مواقع إلكترونية حسب القطاعات الرئيسة

القطـــاع	عدد الشركات	لديها مواقع	% من القطـاع	ليس لديها مواقـع	% من القطـاع	الإجمـالي
القطاع المالي	55	41	% 74.55	14	% 25.45	% 100
قطاع الخدمات	27	21	%77.78	6	%22.22	% 100
قطاع الصناعة	45	25	% 55.56	20	% 44.44	% 100
الإجمـالي	127	87	%68.50	40	%31.50	% 100

يتبين من الجدول السابق أن نسبة الشركات الأردنية التي لديها مواقع إلكترونية في قطاع الخدمات أكبر من نسبة الشركات الأردنية في القطاع المالي حيث كانت النسبة حوالي (78%) و(75%) على التوالي.

وبمقارنة نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة يتضح لنا التالي:

1. تقارب نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة (محمد، 2002م) عن الشركات المصرية والسعودية والكويتية حيث كانت نسبة الشركات التي لديها مواقع إلكترونية (68%).
2. تزايد نسبة الشركات التي تحتفظ بمواقع إلكترونية من 45% كما في دراستي (Alkhalaileh et al.,2005)، (Momany & Al-shorman, 2006) إلى (69%) طبقاً لهذه الدراسة.

3. اختلاف نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة (الجبر، 2002) عن الشركات السعودية، ،و (Oyelere & Mohammed, 2007) عن الشركات العمانية، و(متولي، 2003م) عن الشركات المصرية، حيث كانت نسبة الشركات التي لديها مواقع إلكترونية (39%) و(59%) و(44%) على التوالي، مقارنة مع نتيجة هذه الدراسة (69%)، ولعلّ هذا ناتج عن اختلاف الفترة الزمنية بين تاريخ إجراء هذه الدراسة والدراسات السابقة.

4. اختلاف نتيجة دراستي (Davey & Homkajohn, 2004) للشركات التايلندية و(Smith & Peppard, 2005) للشركات الإيرلندية من حيث نسبة الشركات التي لديها مواقع إلكترونية (93%) و(95%) على التوالي، مع نتيجة هذه الدراسة والتي بلغت (69%)، وهو ما يؤكد ما تم ملاحظته من استعراض الدراسات السابقة من تقدّم الشركات الأوروبية والأسيوية على الشركات العربية في استخدام الإنترنت لنشر بياناتها المالية وغير المالية والإستفادة من تكنولوجيا الويب، مع مراعاة فارق الزمن بين الدراسات.

ويبين الجدول التالي رقم (5-2) توزيع الشركات الأردنية التي لديها مواقع إلكترونية حسب القطاعات الفرعية للقطاع المالي وفقا لتصنيف بورصة عمان.

يتبين من الجدول التالي أن البنوك تحتل المرتبة الأولى من حيث نسبة الشركات التي لديها مواقع إلكترونية حيث كانت النسبة (100%)، يليها قطاع التأمين ثم قطاع العقارات ثم قطاع الخدمات المالية المتنوعة حيث كانت النسب (80%) و(69%) و(50%) على التوالي.

الجدول رقم (5-2)

توزيع الشركات الأردنية التي لديها مواقع إلكترونية حسب القطاعات الفرعية للقطاع المالي

القطاع المالي	عدد الشركات	لديها مواقع	% من القطاع	ليس لديها مواقع	% من القطاع
البنوك	15	15	% 100	0	% 0
التأمين	10	8	% 80	2	% 20
الخدمات المالية المتنوعة	14	7	% 50	7	% 50
العقارات	16	11	% 68.75	5	% 31.25
الإجمالي	55	41	% 74.55	14	% 25.45

وبمقارنة نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة يتضح لنا التالي:

1. إتفاق نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة (الجبر، 2002م)، و(Momany & Al-shorman, 2006) فيما يتعلق بالبنوك حيث كانت جميعها لديها مواقع إلكترونية.
2. تقارب نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة (Alkhalaileh et al.,2005)، (Oyelere & Mohammed, 2007) حيث توصلت الدراستان إلى أن البنوك تحتل المرتبة الأولى من حيث عدد الشركات التي لديها مواقع إلكترونية، حيث كانت النسبة (94%) و(74%) على التوالي.
3. اختلاف كبير بين نتيجة هذه الدراسة ودراسة (توفيق، 2002م) و(المليجي، 2002م) والتي أجريتا على القطاع المصرفي المصري، حيث كانت نسبة

الشركات التي لديها مواقع إلكترونية (33%) و(38%) على التوالي، مقارنة مع نتيجة هذه الدراسة (100%) مع مراعاة فارق الزمن بين الدراسات.

4. اختلاف نتيجة هذه الدراسة مع نتائج دراسات (Alkhalaileh et al.,2005)، و(Momany & Al-shorman, 2006)، و(Oyelere & Mohammed, 2007) فيما يتعلق بقطاع التأمين حيث كانت نسبة الشركات التي لديها مواقع إلكترونية (48%) و(40%) و(57%) على التوالي، مقارنة مع نتيجة هذه الدراسة(80%) مع مراعاة فارق الزمن بين الدراسات.

ويبين الجدول التالي رقم (5-3) توزيع الشركات الأردنية التي لديها مواقع إلكترونية حسب القطاعات الفرعية لقطاع الخدمات وفقا لتصنيف بورصة عمان.

الجدول رقم (5-3)

توزيع الشركات الأردنية التي لديها مواقع إلكترونية حسب القطاعات الفرعية لقطاع الخدمات

قطاع الخدمات	عدد الشركات	لديها مواقع	% من القطاع	ليس لديها مواقع	% من القطاع
الخدمات الصحية	2	1	% 50	1	% 50
الخدمات التعليمية	4	4	% 100	0	% 0
الفنادق والسياحة	3	2	% 66.67	1	% 33.33
النقل	6	5	% 83.33	1	% 16.67
التكنولوجيا والإتصالات	2	2	% 100	0	% 0
الإعلام	2	2	% 100	0	% 0
الطاقة والمنافع	3	3	% 100	0	% 0
الخدمات التجارية	5	2	% 40	3	% 60
الإجمالي	27	21	%77.78	6	%22.22

يتبين من الجدول السابق أن جميع الشركات في قطاع الخدمات التعليمية والتكنولوجيا والإتصالات والإعلام والطاقة والمنافع لديها مواقع إلكترونية، يليها قطاع النقل بنسبة (83%)، ثم قطاع الفنادق والسياحة بنسبة (67%)، بينما كانت نسبة الشركات التي لديها مواقع إلكترونية في باقي القطاعات الفرعية لقطاع الخدمات وهي: قطاع الخدمات الصحية والخدمات التجارية (50%) و (40%) على التوالي.

وبمقارنة نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة يتضح لنا التالي:

1. وجود اختلاف بين نتيجة هذه الدراسة ونتائج دراستي (Alkhalaileh et al., 2005)، و(Momany & Al-shorman, 2006)، حيث كانت نسبة الشركات التي لديها مواقع إلكترونية في قطاع الخدمات (44%) و (50%) على التوالي، مقارنة مع نتيجة هذه الدراسة (78%)، ولعلّ هذا يدل على زيادة اهتمام الشركات الأردنية بالإنترنت وإنشاء مواقع إلكترونية خاصة بها مؤخراً.
2. اختلاف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (الجبر، 2002م) حيث كانت نسبة الشركات التي لديها مواقع إلكترونية في القطاع الخدمي والكهربائي (24%) و (50%) مقارنة مع نتائج هذه الدراسة (78%) و(100%) مع مراعاة فارق الزمن بين الدراسات.

ويبين الجدول التالي رقم (5-4) توزيع الشركات الأردنية التي لديها مواقع إلكترونية حسب القطاعات الفرعية لقطاع الصناعة وفقا لتصنيف بورصة عمان.

ويتبين من الجدول التالي أن جميع الشركات في قطاع الأدوية والصناعات الطبية والتبغ والسجائر والصناعات الكهربائية لديها مواقع إلكترونية، يليها قطاع الصناعات الإستخراجية

والتعدينية بنسبة (63%)، ثم قطاع الصناعات الهندسية والإنشائية بنسبة (60%)، كما تساوت نسبة الشركات التي لديها مواقع إلكترونية في قطاع الطباعة والتغليف والأغذية والمشروبات حيث بلغت النسبة (50%)، وتساوت أيضا في قطاع الصناعات الكيماوية وصناعة الملابس والجلود والنسيج حيث بلغت النسبة (20%)، أما بالنسبة لقطاع صناعة الورق والكرتون والصناعات الزجاجية والخزفية فجميع الشركات ضمن هذين القطاعين ليس لديها مواقع إلكترونية.

الجدول رقم (5-4)

توزيع الشركات الأردنية التي لديها مواقع إلكترونية حسب القطاعات الفرعية لقطاع الصناعة

قطاع الصناعة	عدد الشركات	لديها مواقع	% من القطاع	ليس لديها مواقع	% من القطاع
الأدوية والصناعات الطبية	5	5	% 100	0	% 0
الصناعات الكيماوية	5	1	% 20	4	% 80
صناعة الورق والكرتون	1	0	% 0	1	% 100
الطباعة والتغليف	2	1	% 50	1	% 50
الأغذية والمشروبات	6	3	% 50	3	% 50
التبغ والسجائر	2	2	% 100	0	% 0
الصناعات الاستخراجية والتعدينية	8	5	% 62.5	3	% 37.5
الصناعات الهندسية والإنشائية	5	3	% 60	2	% 40
الصناعات الكهربائية	4	4	% 100	0	% 0
صناعة الملابس والجلود والنسيج	5	1	% 20	4	% 80
الصناعات الزجاجية والخزفية	2	0	% 0	2	% 100
الإجمالي	45	25	% 55.56	20	% 44.44

ويلاحظ اختلاف نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة(الجبر، 2002م)، و (Alkhalaileh et al., 2005)، و(Momany & Al-shorman, 2006)، حيث كانت نسبة الشركات التي لديها مواقع في قطاع الصناعة (36%)،(34%)،(44%) على التوالي مقارنة مع نتيجة هذه الدراسة(56%)، ولعلّ هذا يدل على ازدياد عدد الشركات الأردنية التي أنشأت مواقع إلكترونية خاصة بها.

ثانياً: مدى قيام الشركات الأردنية التي لديها مواقع إلكترونية بعرض بياناتها المالية في تلك المواقع:

تبين بعد الإنتهاء من تصفح مواقع الشركات الأردنية أن (50.57%) منها (44 من 87) تعرض بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية، وأن (49.43%) من الشركات الأردنية التي لديها مواقع (43 من 87) لا تعرض بياناتها المالية فيها، ويبين الجدول رقم (5-5) توزيع الشركات الأردنية التي لديها مواقع إلكترونية وتعرض بياناتها المالية فيها والتي لديها مواقع إلكترونية ولا تعرض بياناتها المالية فيها حسب القطاعات الرئيسة الثلاثة وهي: القطاع المالي وقطاع الخدمات وقطاع الصناعة وفقاً لتصنيف بورصة عمان.

يتبين من الجدول التالي تقدّم القطاع المالي في عرض البيانات المالية في المواقع الإلكترونية على قطاع الخدمات وقطاع الصناعة حيث كانت النسب (71%) و(38%) و(28%) على التوالي، وهو ما يؤكد ما تم ملاحظته سابقاً من تقدّم القطاع المالي على سائر القطاعات.

الجدول رقم (5-5)

توزيع الشركات الأردنية التي لديها مواقع وتعرض بياناتها المالية حسب القطاعات الرئيسة

القطـــــاع	عدد الشركات التي لها مواقع	لديها مواقع وتعرض بياناتها المالية	% من القطاع	لديها مواقع ولا تعرض بياناتها المالية	% من القطاع	الإجمـــالي
القطاع المالي	41	29	% 70.73	12	% 29.27	% 100
قطاع الخدمات	21	8	%38.10	13	%61.90	% 100
قطاع الصناعة	25	7	% 28	18	% 72	% 100
الإجمـــالي	87	44	%50.57	43	%49.43	% 100

وبمقارنة نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة يتضح لنا التالي:

1. اختلاف نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراســة (Momany & Al-shorman, 2006) حيث كانت نسبة الشركات التي تعرض بياناتها الماليــة فــي مواقعهــا الإلكترونية (70%) في دراستهما مقارنة مع (51%) في هذه الدراسة.
2. اختلاف نتيجة هذه الدراسة مع نتــائج دراســات (الجبــر، 2002م) و(محمــد، 2002م) و(متــولي، 2003م) و(Oyelere & Mohammed, 2007) حيــث كانت نسبة الشركات التي لديها مواقع إلكترونية وتعرض بيانــات ماليــة فيهــا (37%) و(20%) و(40%) و(37%) على التوالي، مقارنة مع (51%) في هذه الدراسة، مع مراعاة فارق الزمن بين الدراسات.

3. اختلاف نتيجة دراستي (Davey & Homkajohn, 2004) و(Smith & Peppard, 2005) من حيث نسبة الشركات التي لديها مواقع إلكترونية وتعرض بياناتها المالية فيها حيث كانت النسبة (95%) و(93%) على التوالي، مقارنة مع (51%) في هذه الدراسة، وهو ما يؤكد على تقدّم الدول الأوروبية والآسيوية على الدول العربية في هذا المجال، مع مراعاة فارق الزمن بين الدراسات.

ويبين الجدول التالي رقم (5-6) توزيع الشركات الأردنية التي لديها مواقع إلكترونية وتعرض بياناتها المالية فيها حسب القطاعات الفرعية للقطاع المالي وفقا لتصنيف بورصة عمان.

الجدول رقم (5-6)

توزيع الشركات الأردنية التي لديها مواقع وتعرض بياناتها المالية حسب القطاعات الفرعية للقطاع المالي

القطاع المالي	عدد الشركات التي لديها مواقع	لديها مواقع وتعرض بياناتها المالية	% من القطاع	لديها مواقع ولا تعرض بياناتها المالية	% من القطاع
البنوك	15	15	% 100	0	% 0
التأمين	8	4	% 50	4	% 50
الخدمات المالية المتنوعة	7	6	% 85.71	1	% 14.29
العقارات	11	4	% 36.36	7	% 63.64
الإجمالي	41	29	% 70.73	12	% 29.27

يتبين من الجدول السابق أن (70.73%) من الشركات في القطاع المالي والتي لديها مواقع إلكترونية تعرض بياناتها المالية فيها، كما يلاحظ تقدّم قطاع البنوك على سائر القطاعات الفرعية للقطاع المالي حيث كانت جميع البنوك تعرض بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية، وهو ما يدلّ على رُقي القطاع المصرفي الأردني حيث بلغ الذروة في هذا المجال أسوة بالقطاعات

المصرفية في الدول المتقدّمة (الأمريكية والأوروبية)، يليه قطاع الخدمات المالية المتنوعة بنسبة (86%)، ثم قطاع التأمين بنسبة (50%) ثم قطاع العقارات بنسبة (36%).

وبمقارنة نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة يتضح لنا التالي:

1. اتفاق نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة (Momany & Al-shorman, 2006) فيما يتعلق بقطاع البنوك والتأمين حيث كانت النسبة (100%) و(50%) على التوالي، ومع دراسة (الجبر، 2002م) فيما يتعلق بالبنوك، وتقاربها مع نتيجة دراسة (Alkhalaileh et al., 2005) حيث كانت نسبة البنوك التي تعرض بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية (94%)، مع مراعاة فارق الزمن بين الدراسات.
2. اختلاف نتيجة هذه الدراسة مع نتائج دراسات (توفيق، 2001م) و(توفيق، 2002م) و(المليجي، 2002م) والتي أجريت على القطاع المصرفي المصري، حيث كانت نسبة البنوك التي تعرض بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية (26%) و(33%) و(38%) على التوالي، مقارنة مع (100%) في هذه الدراسة -مع مراعاة فارق الزمن بين الدراسات- ، ولعل هذا يرجع إلى انفتاح النظام الإقتصادي في المملكة الأردنية الهاشمية ومحاولاته الجادة لدعم واستقطاب الإستثمار في كافة المجالات.

ويبين الجدول التالي رقم (5-7) توزيع الشركات الأردنية التي لديها مواقع إلكترونية وتعرض بياناتها المالية فيها حسب القطاعات الفرعية لقطاع الخدمات وفقا لتصنيف بورصة عمان.

الجدول رقم (5-7)

توزيع الشركات الأردنية التي لديها مواقع وتعرض بياناتها المالية حسب القطاعات الفرعية لقطاع الخدمات

قطـــاع الخدمـــات	عدد الشركات التي لها مواقع	لديها مواقع وتعرض بياناتها المالية	% من القطاع	لديها مواقع ولا تعرض بياناتها المالية	% من القطاع
الخدمات الصحية	1	0	% 0	1	% 100
الخدمات التعليمية	4	0	% 0	4	% 100
الفنادق والسياحة	2	1	% 50	1	% 50
النقــل	5	2	% 40	3	% 60
التكنولوجيا و الإتصالات	2	1	% 50	1	% 50
الإعــلام	2	0	% 0	2	% 100
الطاقة والمنافع	3	2	%66.67	1	%33.33
الخدمات التجارية	2	2	% 100	0	% 0
الإجمـــالي	21	8	%38.10	13	%61.90

يتبين من الجدول السابق أن (38.1%) من الشركات في قطاع الخـدمات والتـي لـديها مواقع إلكترونية تعرض بياناتها المالية فيها، كما يلاحظ تقدّم قطاع الخدمات التجارية على سـائر القطاعات الفرعية لقطاع الخدمات حيث كانت جميع الشركات في هذا القطاع تعـرض بياناتهـا المالية في مواقعها الإلكترونية، يليه قطاع الطاقة والمنافع بنـسبة (67%)، ثـم قطـاع الفنـادق والسياحة والتكنولوجيا والإتصالات بنسبة (50%)، ثم قطاع النقل بنسبة (40%)، وبالنسبة لباقي القطاعات الفرعية لقطاع الخدمات وهي: قطاع الخدمات الصحية والخدمات التعليميـة والإعـلام فجميع الشركات التي لديها مواقع إلكترونية لا تعرض بياناتها المالية فيها، ولعلّ السبب في عـدم عرض الشركات في هذه القطاعات لبياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية يرجع إلى كون هـذه المواقع موجهة لخدمة العملاء بالدرجة الأولى.

ويلاحظ اختلاف نتيجة هذه الدراسة مع دراسة (Momany & Al-shorman, 2006) حيث كانت نسبة الشركات التي تعرض بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية في قطاع الخدمات (78%) في دراستهما مقارنة مع (38%) في هذه الدراسة، ويرى الباحث أن سبب هذا الإختلاف هو إعادة تصنيف بورصة عمان للقطاعات وضم بعض الشركات في قطاع الخدمات في دراسة (Momany & Al-shorman, 2006) ضمن قطاع الخدمات المالية المتنوعة في القطاع المالي في هذه الدراسة، وتحول البعض الآخر إلى السوق الثاني.

ويبين الجدول التالي رقم (5-8) توزيع الشركات الأردنية التي لديها مواقع إلكترونية وتعرض بياناتها المالية فيها حسب القطاعات الفرعية لقطاع الصناعة وفقا لتصنيف بورصة عمان.

يتبين من الجدول التالي أن (28%) من الشركات في قطاع الصناعة والتي لديها مواقع إلكترونية تعرض بياناتها المالية فيها، كما يلاحظ أن شركة واحدة في قطاع الصناعات الكيماوية وكذلك شركتين في قطاع التبغ والسجائر والتي لديها مواقع إلكترونية تعرض بياناتها المالية فيها، يليها قطاع الصناعات الإستخراجية والتعدينية بنسبة (40%)، ثم قطاع الصناعات الهندسية والإنشائية بنسبة (33%)، ثم قطاع الصناعات الكهربائية بنسبة (25%)، وبالنسبة لباقي القطاعات الفرعية لقطاع الصناعة وهي: قطاع الأدوية والصناعات الطبية والطباعة والتغليف والأغذية والمشروبات وصناعة الملابس والجلود والنسيج فجميع الشركات التي لديها مواقع إلكترونية لا تعرض بياناتها المالية فيها.

الجدول رقم (5-8)

توزيع الشركات الأردنية التي لديها مواقع وتعرض بياناتها المالية حسب القطاعات الفرعية لقطاع الصناعة

قطـــاع الصنـاعـة	عدد الشركات التي لها مواقع	لديها مواقع وتعرض بياناتها المالية	% من القطاع	لديها مواقع ولا تعرض بياناتها المالية	% من القطاع
الأدوية و الصناعات الطبية	5	0	% 0	5	% 100
الصناعات الكيماوية	1	1	% 100	0	% 0
صناعة الورق و الكرتون	0	0	% 0	0	% 0
الطباعة والتغليف	1	0	% 0	1	% 100
الأغذية و المشروبات	3	0	% 0	3	% 100
التبغ والسجائر	2	2	% 100	0	% 0
الصناعات الاستخراجية والتعدينية	5	2	% 40	3	% 60
الصناعات الهندسية والإنشائية	3	1	% 33.33	2	% 66.67
الصناعات الكهربائية	4	1	% 25	3	% 75
صناعة الملابس والجلود والنسيج	1	0	% 0	1	% 100
الصناعات الزجاجية والخزفية	0	0	% 0	0	% 0
الإجمـالي	25	7	% 28	18	% 72

وبمقارنة نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة يتضح لنا التالي:

1. اختلاف نتيجة هذه الدراسة مع دراســة (Momany & Al-shorman, 2006) حيث كانت نسبة الشركات التي تعرض بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية في قطاع الصناعة (71%)، مقارنة مع نتيجة هذه الدراسة (28%)، ويرى الباحـث أن السبب قد يكون في تحوّل بعض الشركات التي كانت ضمن قطاع الـصناعة في دراسة (Momany & Al-shorman, 2006) من السوق الأول إلى السوق الثاني وبالتالي لم تدخل في عينة هذه الدراسة، واختلاف نتيجة دراستنا هذه أيضاً

مع نتيجة دراسة (الجبر،2002م) و(Oyelere & Mohammed, 2007) حيث كانت النسب (36%) و(53%)، مقارنة مع نتيجة هذه الدراسة (28%)، مع مراعاة فارق الزمن بين الدراسات.

2. اختلاف نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة (Matherly & Hughlene, 2005) حيث كانت نسبة إفصاح الشركات عن بياناتها المالية في القطاع الصناعي الأكثر مخاطرة -صناعة الكمبيوتر والصناعات الدوائية- (23%)، مقارنة مع نتيجة هذه الدراسة (28%)، مع مراعاة فارق الزمن بين الدراسات.

ثالثاً: بيان ما يعرض في مواقع الشركات الأردنية من بيانات مالية:

تبين بعد الإنتهاء من تصفح مواقع الشركات الأردنية والتي تعرض بيانات مالية أن (72.73%) منها (32 من 44) تعرض مجموعة كاملة من القوائم المالية، وأن (15.91%) منها (7 من 44) تعرض أجزاءاً أو ملخصات من قوائمها المالية، وأن (11.36%) منها أيضاً (5 من 44) تعرض مقتطفات من قوائمها المالية، ويبين الجدول رقم (5-9) ما يعرض في مواقع الشركات الأردنية من بيانات مالية سواء كانت القوائم المالية كاملة أو أجزاءاً أو ملخصات منها أو مقتطفات، موزعة حسب القطاعات الرئيسة الثلاثة وهي: القطاع المالي وقطاع الخدمات وقطاع الصناعة وفقا لتصنيف بورصة عمان.

يتبين من الجدول التالي تقدّم القطاع المالي في عرض مجموعة كاملة من القوائم المالية في المواقع الإلكترونية للشركات على قطاع الصناعة وقطاع الخدمات حيث كانت النسب (79%) و(71%) و(50%) على التوالي.

الجدول رقم (5-9)

بيان ما يعرض في مواقع الشركات الأردنية من بيانات مالية حسب القطاعات الرئيسة

القطاع الصناعي	عدد الشركات	قوائم مالية كاملة	% من القطاع	أجزاء أو ملخصات	% من القطاع	مقتطفات	% من القطاع	الإجمالي
القطاع المالي	29	23	%79.31	4	%13.79	2	% 6.90	% 100
قطاع الخدمات	8	4	% 50	2	% 25	2	% 25	% 100
قطاع الصناعة	7	5	%71.43	1	%14.29	1	%14.29	% 100
الإجمالي	44	32	%72.73	7	%15.91	5	%11.36	% 100

وبمقارنة نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة يتضح لنا التالي:

1. اختلاف نتيجة هذه الدراسة مع نتائج دراسات (Momany & Al-shorman, 2006) و(متولي، 2003م) و(محمد، 2002م) حيث كانت نسبة الشركات التي تعرض بيانات مالية كاملة في مواقعها الإلكترونية (32%) و(20%) و(10%) على التوالي، مقارنة مع نتيجة هذه الدراسة (73%) -مع مراعاة فارق الزمن بين الدراسات- ، ولعلّ هذا يدل على زيادة اهتمام الشركات الأردنية بالإفصاح الإلكتروني، كما يلاحظ أيضا تقارب نسبة الشركات التي تعرض أجزاءاً أو ملخصات من قوائمها المالية في هذه الدراسة مع دراسة (Davey & Homkajohn, 2004) حيث كانت النسبة (16%) و(14%) على التوالي، مقارنة مع نتيجة هذه الدراسة (16%) و(11%).

2. اختلاف نتيجة هذه الدراسة مع نتـــائج دراســـات (Davey & Homkajohn, 2004) و(Oyelere & Mohammed, 2007) و(الجبر، 2002م) من حيــث نسبة الشركات التي تعرض بيانات مالية كاملة في مواقعها الإلكترونية حيث كانت النسبة (81%) و(77%) و(80%) على التوالي، مقارنة مع نتيجة هذه الدراســة (73%) مع مراعاة فارق الزمن بين الدراسات

ويبين الجدول التالي رقم (5-10) ما يعرض في مواقع الشركات الأردنية مــن بيانــات مالية سواء كانت القوائم المالية كاملة أو أجزاءً أو ملخصات منها أو مقتطفات، موزعــة حــسب القطاعات الفرعية للقطاع المالي وفقا لتصنيف بورصة عمان.

الجدول رقم (5-10)

بيان ما يعرض في مواقع الشركات الأردنية من بيانات مالية حسب القطاعات الفرعية للقطاع المالي

القطــاع المــالي	عدد الشركات	قوائم مالية كاملة	% من القطاع	أجزاء او ملخصات	% من القطاع	مقتطفات	% من القطاع	الإجمــالي
البنـــوك	15	15	% 100	0	% 0	0	% 0	% 100
التأميـــن	4	1	% 25	2	% 50	1	% 25	% 100
الخدمات المالية المتنوعة	6	4	%66.67	2	%33.33	0	% 0	% 100
العقـــارات	4	3	% 75	0	% 0	1	% 25	% 100
الإجمــالي	29	23	%79.31	4	%13.79	2	% 6.90	% 100

يتبين من الجدول السابق أن (79.31%) من الشركات في القطاع المالي تعرض قوائمها المالية كاملة في مواقعها الإلكترونية، كما يلاحظ تقدّم قطاع البنوك على سائر القطاعات الفرعيــة

للقطاع المالي حيث كانت جميع البنوك تعرض قوائمها المالية كاملة في مواقعها الإلكترونية، يليها قطاع العقارات بنسبة (75%) ، ثم قطاع الخدمات المالية المتنوعة بنسبة تقارب (67%)، ثم قطاع التأمين بنسبة (25%)، ويلاحظ أن النسبة في قطاع التأمين قليلة جداً مقارنة مع القطاعات الفرعية الأخرى للقطاع المالي.

وبمقارنة نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة يتضح لنا التالي:

1. اختلاف نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراستي (الجبر، 2002م) و(المليجي، 2002م) فيما يتعلق بقطاع البنوك حيث كانت نسبة البنوك التي تعرض بيانات مالية كاملة في مواقعها الإلكترونية (89%) و(38%) على التوالي، مقارنة مع نتيجة هذه الدراسة (100%)، مع مراعاة فارق الزمن بين الدراسات.
2. اختلاف نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة (Momany & Al-shorman, 2006) فيما يتعلق بقطاع التأمين حيث كانت جميع الشركات في هذا القطاع تعرض مقتطفات من قوائمها المالية، مقارنة مع نتيجة هذه الدراسة حيث كانت (25%) من الشركات في قطاع التأمين تعرض قوائم مالية كاملة و(50%) منها تعرض أجزاءاً أو ملخصات من قوائمها المالية.

ويبين الجدول التالي رقم (5-11) ما يعرض في مواقع الشركات الأردنية من بيانات مالية سواء كانت القوائم المالية كاملة أو أجزاءاً أو ملخصات منها أو مقتطفات، موزعة حسب القطاعات الفرعية لقطاع الخدمات وفقا لتصنيف بورصة عمان.

يتبين من الجدول التالي أن (50%) من الشركات في قطاع الخدمات تعرض قوائمها المالية كاملة في مواقعها الإلكترونية، كما يلاحظ أن شركة واحدة في قطاع التكنولوجيا

والإتصالات وشركتين في قطاع الطاقة والمنافع والتي لديها مواقع إلكترونية وتعرض بياناتها المالية فيها تعرض بيانات مالية كاملة، يليها قطاع النقل بنسبة (50%)، وكانت شركة واحدة في قطاع الفنادق والسياحة تعرض أجزاءاً من قوائمها المالية، يليها قطاع الخدمات التجارية بنسبة (50%)، بينما كانت (50%) من الشركات في قطاع النقل والخدمات التجارية تعرض مقتطفات من قوائمها المالية.

الجدول رقم (5-11)

بيان ما يعرض في مواقع الشركات الأردنية من بيانات مالية حسب القطاعات الفرعية لقطاع الخدمات

قطاع الخدمات	عدد الشركات	قوائم مالية كاملة	% من القطاع	أجزاء أو ملخصات	% من القطاع	مقتطفات	% من القطاع	الإجمالي
الخدمات الصحية	0	0	% 0	0	% 0	0	% 0	% 0
الخدمات التعليمية	0	0	% 0	0	% 0	0	% 0	% 0
الفنادق والسياحة	1	0	% 0	1	% 100	0	% 0	% 100
النقل	2	1	% 50	0	% 0	1	% 50	% 100
التكنولوجيا والإتصالات	1	1	% 100	0	% 0	0	% 0	% 100
الإعلام	0	0	% 0	0	% 0	0	% 0	% 0
الطاقة والمنافع	2	2	% 100	0	% 0	0	% 0	% 100
الخدمات التجارية	2	0	% 0	1	% 50	1	% 50	% 100
الإجمالي	8	4	% 50	2	% 25	2	% 25	% 100

ويلاحظ اختلاف نتيجة هذه الدراسة مع دراسة (Momany & Al-shorman, 2006م) حيث كانت نسبة الشركات في قطاع الخدمات التي تعرض قوائمها المالية كاملة في مواقعها الإلكترونية (71.5%)، وكانت (28.5%) تعرض مقتطفات من قوائمها المالية، مقارنة مع نتيجة هذه الدراسة (50%) و(25%)، واختلاف نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة (Momany &

(Al-shorman, 2006) حيث لم تعرض أي شركة في القطاع الخدمي أجزاءاً أو ملخصات من قوائمها المالية، مقارنة مع نتيجة هذه الدراسة (25%).

ويبين الجدول التالي رقم (5-12) ما يعرض في مواقع الشركات الأردنية من بيانات مالية سواء كانت القوائم المالية كاملة أو أجزاءاً أو ملخصات منها أو مقتطفات، موزعة حسب القطاعات الفرعية لقطاع الصناعة وفقا لتصنيف بورصة عمان.

الجدول رقم (5-12)

بيان ما يعرض في مواقع الشركات الأردنية من بيانات مالية حسب القطاعات الفرعية لقطاع الصناعة

قطاع الصناعة	عدد الشركات	قوائم مالية كاملة	% من القطاع	أجزاء أو ملخصات	% من القطاع	مقتطفات	% من القطاع	الإجمالي
الأدوية والصناعات الطبية	0	0	% 0	0	% 0	0	% 0	% 0
الصناعات الكيماوية	1	1	% 100	0	% 0	0	% 0	% 100
صناعة الورق والكرتون	0	0	% 0	0	% 0	0	% 0	% 0
الطباعة والتغليف	0	0	% 0	0	% 0	0	% 0	% 0
الأغذية والمشروبات	0	0	% 0	0	% 0	0	% 0	% 0
التبغ والسجائر	2	1	% 50	0	% 0	1	% 50	% 100
الصناعات الإستخراجية والتعدينية	2	1	% 50	1	% 50	0	% 0	% 100
الصناعات الهندسية والإنشائية	1	1	% 100	0	% 0	0	% 0	% 100
الصناعات الكهربائية	1	1	% 100	0	% 0	0	% 0	% 100
صناعة الملابس والجلود والنسيج	0	0	% 0	0	% 0	0	% 0	% 0
الصناعات الزجاجية والخزفية	0	0	% 0	0	% 0	0	% 0	% 0
الإجمالي	7	5	%71.42	1	%14.29	1	%14.29	%100

يتبين من الجدول السابق أن (71.42%) من الشركات في قطاع الصناعة والتي لديها مواقع إلكترونية تعرض قوائمها المالية كاملة فيها، كما يلاحظ أن شركة واحدة في قطاع الصناعات الكيماوية و شركة واحدة في قطاع الصناعات الهندسية والإنشائية و شركة واحدة في قطاع الصناعات الكهربائية والتي لديها مواقع إلكترونية وتعرض بياناتها المالية فيها تعرض بيانات مالية كاملة، يليها قطاع التبغ والسجائر والصناعات الإستخراجية والتعدينية بنسبة (50%)، وكانت (50%) من الشركات في قطاع الصناعات الإستخراجية والتعدينية تعرض أجزاءاً من قوائمها المالية، بينما كانت (50%) من الشركات في قطاع التبغ والسجائر تعرض مقتطفات من قوائمها المالية.

وبمقارنة نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة يتضح لنا التالي:

1. اختلاف نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة (Momany & Al-shorman, 2006) حيث كانت نسبة الشركات في قطاع الصناعة التي تعرض قوائمها المالية كاملة في مواقعها الإلكترونية (10%) مقارنة مع نتيجة هذه الدراسة (71.43%)، وهو ما يؤكد على زيادة اهتمام الشركات في هذا القطاع بالإفصاح الإلكتروني، مع مراعاة فارق الزمن بين الدراسات.
2. تقارب نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة (الجبر، 2002م) حيث كانت نسبة الشركات التي تعرض أجزاءاً من قوائمها المالية (13%)، مقارنة مع نتيجة هذه الدراسة (14%)، مع مراعاة فارق الزمن بين الدراسات.

رابعاً: مدى تأثير خصائص الشركات المختارة على الإفصاح الإلكتروني للشركات الأردنية:

يُبيّن الجدول رقم (5-13) نتائج التحليل الاحصائي لمعرفة تأثير خصائص الشركات المختارة على الإفصاح الإلكتروني للشركات الأردنية التي لديها بيانات مالية والشركات التي ليس لديها بيانات مالية وجميع الشركات الأردنية عينة الدراسة.

الجدول رقم (5-13)

اختبار Mann-Whitney Test لمعرفة تأثير خصائص الشركات المختارة على الإفصاح الإلكتروني للشركات الأردنية

البيان	الخصائص	عدد الشركات	Mean Rank	Sum of Ranks	الدلالة الإحصائية
شركات لديها بيانات مالية	حجم الشركة	44	87.02	3829	* 0.000
شركات ليس لديها بيانات مالية		82	50.88	4172	
شركات لديها بيانات مالية	نسبة الربحية	44	62.86	2766	0.886
شركات ليس لديها بيانات مالية		82	63.84	5235	
شركات لديها بيانات مالية	نسبة السيولة	44	50.86	2238	* 0.004
شركات ليس لديها بيانات مالية		82	70.28	5763	
شركات لديها بيانات مالية	مقدار الرافعة المالية	44	79.97	3518.5	* 0.000
شركات ليس لديها بيانات مالية		82	54.66	4482.5	
شركات لديها بيانات مالية	تركز الملكية	44	65.15	2866.5	0.798
شركات ليس لديها بيانات مالية		83	63.39	5261.5	
شركات لديها بيانات مالية	% ملكية المؤسسات	44	69.90	3075.5	0.189
شركات ليس لديها بيانات مالية		83	60.87	5052.5	
شركات لديها بيانات مالية	% المستثمرين الأجانب	44	71.15	3130.5	0.111
شركات ليس لديها بيانات مالية		83	60.21	4997.5	
شركات لديها بيانات مالية	عمر الشركة	44	74.85	3293.5	* 0.015
شركات ليس لديها بيانات مالية		83	58.28	4834.5	

* عند مستوى دلالة إحصائية أقل من 0.05.

كما ذكر سابقا -في الفصل الرابع- فقد تم دمج الشركات التي تعرض بياناتها وقوائمها المالية كاملة في مواقعها الإلكترونية مع الشركات التي تعرض أجزاءاً أو ملخصات ومع الشركات التي تعرض مقتطفات أيضاً لغرض معرفة تأثير خصائص الشركات الثمان المذكورة سابقاً (ص.4) على الإفصاح الإلكتروني للشركات، ولهذا الغرض سُمّيت بالشركات التي لديها بيانات مالية، كما تم دمج الشركات التي ليس لديها مواقع إلكترونية مع الشركات التي لديها مواقع إلكترونية ولا تعرض بياناتها وقوائمها المالية فيها وسُمّيت لهذا الغرض بالشركات التي ليس لديها بيانات مالية.

يتبيّن من الجدول السابق أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الشركات التي لديها بيانات مالية والشركات التي ليس لديها بيانات مالية فيما يتعلق بالخصائص التالية: حجم الشركة، ونسبة السيولة، ومقدار الرافعة المالية، وعمر الشركة، حيث كان مستوى الدلالة الإحصائية للخصائص سالفة الذكر (0.000، 0.004، 0.000، 0.015 على التوالي) وبالنظر إلى Mean Rank يتبين أن الشركات التي لديها بيانات مالية أكبر بمقياس حجم الشركة ومقدار الرافعة المالية وعمر الشركة مقارنة مع الشركات التي ليس لديها بيانات مالية، حيث كان Mean Rank للشركات التي لديها بيانات مالية فيما يتعلق بالخصائص الثلاث (87.02، 79.97، 74.85) مقارنة مع Mean Rank للشركات التي ليس لديها بيانات مالية فيما يتعلق بالخصائص الثلاث أيضا (50.88، 54.66، 58.28)، وفيما يتعلق بنسبة السيولة فكانت هذه النسبة أفضل للشركات التي ليس لديها بيانات مالية حيث كان Mean Rank (70.28) مقارنة مع Mean Rank للشركات التي لديها بيانات مالية (50.86)، كما يتبين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشركات التي لديها بيانات مالية والشركات التي ليس لديها بيانات مالية فيما يتعلق بالخصائص التالية: نسبة

الربحية، وتركز الملكية، ونسبة ملكية المؤسسات، ونسبة المستثمرين الأجانب. حيث كان مستوى الدلالة الإحصائية للخصائص سالفة الذكر (0.886، 0.798، 0.189، 0.111 على التوالي).

وبمقارنة نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة يتضح لنا التالي:

1. اتفاق نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة (توفيق، 2001م) و(Alkhalaileh et al., 2005) و(Matherly & Hughlene, 2005) و(Momany & Al-shorman, 2006) فيما يتعلق بحجم الشركة (إجمالي الأصول) حيث توصلت هذه الدراسات إلى أن حجم الشركة له تأثير إيجابي على الإفصاح الإلكتروني للشركات.

2. اتفاق نتيجة هذه الدراسة أيضاً مع نتيجة دراسة (Momany & Al-shorman, 2006) فيما يتعلق بالرافعة المالية، حيث توصلنا إلى أنّ مقدار الرافعة المالية له تأثير إيجابي على الإفصاح الإلكتروني للشركات، كما توصلنا أيضاً إلى عدم وجود علاقة بين نسبة الربحية والإفصاح الإلكتروني للشركات.

3. اختلاف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (Momany & Al-shorman, 2006) فيما يتعلق بالخصائص التالية: تركز الملكية ونسبة السيولة وعمر الشركة، حيث توصلت هذه الدراسة إلى أنّه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشركات التي لديها بيانات مالية والشركات التي ليس لديها بيانات مالية فيما يتعلق بتركز الملكية، بينما كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بنسبة السيولة وعمر الشركة حيث كانت نسبة السيولة للشركات التي لديها بيانات مالية أقل وعمر الشركة أكبر مقارنة مع الشركات التي ليس لديه بيانات مالية، بعكس

ما توصلت إليه دراستهما حيث توصلت إلى أن الشركات التي لديها بيانات مالية لديها تركز في الملكية أكثر وأحدث من الشركات التي ليس لديها بيانـــات ماليــة وأنه لا توجد علاقة بين الإفصاح الإلكتروني ونسبة السيولة، ويرى الباحــث أن السبب وراء هذا الإختلاف قد يرجع إلى حجم العينة حيث كان حجم العينة فـــي هذه الدراسة (127 شركة) مقارنة مع (60 شركة) في دراستهما.

4. اختلاف نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراســة (Momany & Al-shorman, 2006) فيما يتعلق بنسبة ملكية المؤسسات ونسبة المستثمرين الأجانــب، حيــث توصلت هذه الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين نسبة ملكية المؤســسات ونــسبة المستثمرين الأجانب والإفصاح الإلكتروني للشركات، بينما توصلت دراستهما إلى أن نسبة ملكية المؤسسات ونسبة المستثمرين الأجانب لها تــأثير إيجــابي علـــى الإفصاح الإلكتروني للشركات، ويرى الباحث أن سبب هذا الإختلاف قد يرجــع إلى حجم العينة في هذه الدراسة.

خامساً: الفرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات وما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن هذه الشركات:

يبيّن الجدول رقم (5-14) نتائج اختبار Mann-Whitney Test لمعرفة الفرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات وبين ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن الشركات الأردنية عينة الدراسة، حيث تم إعطاء واحد للمعيار الذي تم الإفصاح عنه، وصفر للمعيار الذي لم يتم الإفصاح عنه، وتم أخذ المجموع لإجمالي المعايير وإجراء اختبار Mann-Whitney Test، ويبين الملحق رقم (2) إجمالي ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات الأردنية من 15 معيار، وما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن الشركات الأردنية من 15 معيار أيضاً.

الجدول رقم (5-14)

اختبار Mann-Whitney Test لمعرفة الفرق بين ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات وما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات مالية وغير مالية عن الشركات الأردنية

البيـــان	عدد الشركات	Mean Rank	Sum of Ranks	الدلالة الإحصائية
ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات	87	77.13	6710	* 0.006
ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان	87	97.87	8515	

* عند مستوى دلالة إحصائية أقل من 0.05.

يتبيّن من الجدول السابق أنّ هناك فروق ذات دلالة إحصائية في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات الأردنية وبين ما يعرض في

الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن هذه الشركات حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية (0.006) وهي أقل من (0.05)، وبالنظر إلى Mean Rank يتبيّن أن ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن هذه الشركات أكثر مما يعرض في المواقع الإلكترونية من بيانات عن نفس الشركات حيث كان Mean Rank (97.87) و(77.13) على التوالي. ويرى الباحث أن السبب قد يرجع إلى أن حوالي (49%) من الشركات التي لديها مواقع إلكترونية لا تعرض بياناتها المالية فيها وأن معظم هذه المواقع الإلكترونية مجرد واجهة للتعريف بالشركة وكيفية التواصل معها وبيان أنواع منتجاتها في بعض المواقع.

سادساً: الفرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين القطاعات الرئيسة الثلاثة ضمن ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات:

يبيّن الجدول رقم (5-15) نتائج اختبار Kruskal-Wallis Test لمعرفة الفرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين القطاعات الرئيسة الثلاثة وهي: القطاع المالي وقطاع الخدمات وقطاع الصناعة وفقاً لتصنيف بورصة عمان ضمن ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات الأردنية عينة الدراسة.

الجدول رقم (5-15)

اختبار Kruskal-Wallis Test لمعرفة الفرق في الإفصاح بين القطاعات الرئيسة الثلاثة ضمن ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات الأردنية

البيـــان	عدد الشركات	Mean Rank	الدلالة الإحصائية
القطاع المالي	41	54.82	* 0.001
قطاع الخدمات	21	36.29	
قطاع الصناعة	25	32.74	

* عند مستوى دلالة إحصائية أقل من 0.05.

يتبيّن من الجدول السابق أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين القطاعات الرئيسة الثلاثة وهي: القطاع المالي وقطاع الخدمات وقطاع الصناعة ضمن ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات الأردنية عينة الدراسة، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية (0.001). ولغرض معرفة أي من القطاعات الرئيسة الثلاثة يعرض بيانات المالية وغير مالية أكثر من باقي القطاعات قام الباحث بإجراء المقارنات البعدية باستخدام اختبار Mann-Whitney U-Test.

ويبيّن الجدول رقم (5-16) نتائج اختبار Mann-Whitney U-Test لمعرفة الفرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين القطاعات الرئيسة الثلاثة وهي: القطاع المالي وقطاع الخدمات وقطاع الصناعة ضمن ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات الأردنية عينة الدراسة.

الجدول رقم (5-16)

اختبار Mann-Whitney U-Test لمعرفة الفرق في الإفصاح بين القطاعات الرئيسة الثلاثة ضمن ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات الأردنية

البيان	عدد الشركات	Mean Rank	Sum of Ranks	الدلالة الإحصائية
القطاع المالي	41	36.22	1485	* 0.004
قطاع الخدمات	21	22.29	468	
القطاع المالي	41	39.6	1623.5	* 0.001
قطاع الصناعة	25	23.5	587.5	
قطاع الخدمات	21	25	525	0.482
قطاع الصناعة	25	22.24	556	

* عند مستوى دلالة إحصائية أقل من 0.05.

يتبيّن من الجدول السابق أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين القطاع المالي وقطاع الخدمات وبين القطاع المالي وقطاع الصناعة ضمن ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات الأردنية عينة الدراسة، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية (0.004) و(0.001) على التوالي، وبالنظر إلى Mean Rank يتبيّن تقدّم القطاع المالي على قطاع الخدمات وقطاع الصناعة حيث كان **Mean Rank** للقطاع المالي (36.22) و(39.6) على التوالي مقارنة مع Mean Rank لقطاع الخدمات والصناعة(22.29) و(23.5) وهو ما يؤكد على تقدّم القطاع المالي على قطاع الخدمات وقطاع الصناعة في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية، ويرى الباحث أن السبب قد يرجع إلى التأهيل العلمي والعملي العالي لمجلس الإدارة والإدارة التنفيذية للشركات في القطاع المالي، أو أن الرقابة على هذا القطاع أكثر.

<u>سابعاً: الفرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين القطاعات الرئيسة الثلاثة ضمن ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن الشركات الأردنية:</u>

يبيّن الجدول رقم (5-17) نتائج اختبار Kruskal-Wallis Test لمعرفة الفرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين القطاعات الرئيسة الثلاثة وهي: القطاع المالي وقطاع الخدمات وقطاع الصناعة وفقاً لتصنيف بورصة عمان ضمن ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن الشركات الأردنية عينة الدراسة.

يتبيّن من الجدول التالي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين القطاعات الرئيسة الثلاثة وهي: القطاع المالي وقطاع الخدمات وقطاع الصناعة ضمن ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن الشركات الأردنية عينة الدراسة، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية (0.579) وهي أكبر من (0.05). وهو ما يؤكد

على تجانس ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات مالية وغير مالية عن الشركات الأردنية عينة الدراسة، وعلى الدور الفعّال لهيئة الأوراق المالية بإلزام الشركات بتوفير حد أدنى من البيانات المالية وغير المالية.

الجدول رقم (5-17)

اختبار Kruskal-Wallis Test لمعرفة الفرق في الإفصاح بين القطاعات الرئيسة الثلاثة ضمن ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان

القطاع	عدد الشركات	Mean Rank	الدلالة الإحصائية
القطاع المالي	41	45.67	0.579
قطاع الخدمات	21	45.93	
قطاع الصناعة	25	39.94	

ثامناً: الفرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين أحد القطاعات الرئيسة الثلاثة ضمن ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات الأردنية والقطاع المقابل له ضمن ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان:

يبيّن الجدول رقم (5-18) نتائج اختبار Mann-Whitney U-Test لمعرفة الفرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين أحد القطاعات الرئيسة الثلاثة وهي: القطاع المالي وقطاع الخدمات وقطاع الصناعة ضمن ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات والقطاع المقابل له ضمن ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن الشركات الأردنية عينة الدراسة.

الجدول رقم (5-18)

اختبار Mann-Whitney U-Test لمعرفة الفرق في الإفصاح بين أحد القطاعات الرئيسة الثلاثة ضمن ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات الأردنية وبين القطاع الرئيسي المقابل له ضمن ما يعرض في الموقع الإلكتروني بورصة عمان

البيـــــان	عدد الشركات	Mean Rank	Sum of Ranks	الدلالة الإحصائية
القطاع المالي ضمن مواقع الشركات	41	44.18	1811.5	0.305
القطاع المالي ضمن موقع البورصة	41	38.82	1591.5	
قطاع الخدمات ضمن مواقع الشركات	21	15.64	328.5	* 0.002
قطاع الخدمات ضمن موقع البورصة	21	27.36	574.5	
قطاع الصناعة ضمن مواقع الشركات	25	18.16	454	* 0.000
قطاع الصناعة ضمن موقع البورصة	25	32.84	821	

* عند مستوى دلالة إحصائية أقل من 0.05.

يتبيّن من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين ما يعرض في المواقع الإلكترونية لشركات القطاع المالي وبين ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن نفس الشركات، حيث كانت قيمـة الدلالـة الإحصائية (0.305). بينما كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين ما يعرض في المواقع الإلكترونية لشركات قطاع الخدمات وقطاع الصناعة وبين ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن نفس الشركات، حيث كانت قيمة الدلالة الإحصائية (0.002) و(0.000) على التوالي، وبالنظر إلى Mean Rank يتبـيّن أن مـا يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات مالية وغير مالية عن الشركات في قطاع الخدمات وقطاع الصناعة أكثر مما يعرض في المواقع الإلكترونية لنفس الـشركات فـي هـذين القطاعين حيث كان Mean Rank لما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمـان بالنـسبة

لقطاع الخدمات وقطاع الصناعة (27.36) و(32.84) على التوالي مقارنة مع Mean Rank لما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات (15.46) و(18.16).

3.5 إجابة أسئلة الدراسة:

تم في هذا الجزء الإجابة عن أسئلة الدراسة الأربعة (ص.4،5) وفقاً لنتائج الدراسة المسحية التي قام بها الباحث والتي تم التطرّق إليها ومناقشتها فيما تقدّم من هذا الفصل.

1.3.5 إجابة السؤال الأول:

نصّ السؤال الأول: هل لدى الشركات الأردنية مواقع إلكترونية؟

الإجابة: نعم، لدى الشركات الأردنية مواقع إلكترونية خاصة بها حيث كانت 87 شركة من الشركات الأردنية المساهمة العامة لديها مواقع إلكترونية خاصة بها أي ما نسبته (68.5%).

2.3.5 إجابة السؤال الثاني:

نصّ السؤال الثاني: هل تفصح الشركات الأردنية في مواقعها الإلكترونية عن بياناتها وتقاريرها المالية السنوية؟

الإجابة: نعم، تفصح الشركات الأردنية في مواقعها الإلكترونية عن بياناتها المالية أو أجزاء منها أو مقتطفات منها حيث كانت 44 شركة من الشركات الأردنية عينة الدراسة والتي لديها مواقع إلكترونية تفصح عن بياناتها وتقاريرها المالية السنوية أي ما نسبته حوالي (50.57%).

3.3.5 إجابة السؤال الثالث:

نصّ السؤال الثالث: هل هناك تأثير لخصائص الشركات على إفصاح الشركات الأردنية عينة الدراسة عن بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية؟

الإجابة: نعم، هناك تأثير لأربع خصائص من خصائص الشركات الثمان المختارة، حيث كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الشركات التي لديها بيانات مالية والشركات التي ليس لديها بيانات مالية فيما يتعلق بالخصائص التالية: حجم الشركة، ونسبة السيولة، ومقدار الرافعة المالية، وعمر الشركة، كما تبين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشركات التي لديها بيانات مالية والشركات التي ليس لديها بيانات مالية فيما يتعلق بالخصائص التالية: نسبة الربحية، وتركز الملكية، ونسبة ملكية المؤسسات، ونسبة المستثمرين الأجانب.

4.3.5 إجابة السؤال الرابع:

نصّ السؤال الرابع: هل هناك فرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات وما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن الشركات عينة الدراسة؟

الإجابة: نعم، هناك فرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات وبين ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن الشركات عينة الدراسة، وقد تبيّن أن ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات مالية وغير مالية عن هذه الشركات أكثر مما يعرض في المواقع الإلكترونية لهذه الشركات من بيانات مالية وغير مالية.

الفصل السادس

النتائج والإستنتاجات والتوصيات

1.6 مقدمـــــة

2.6 النتـــائج

3.6 الإستنتـاجات

4.6 التـوصيـــات

5.6 مقترحات لأبحاث مستقبلية

1.6 مقدمـــــــــــة :

بعد أن تمّ استعراض ومناقشة نتائج هذه الدراسة ومقارنتها مع نتائج الدراســات الـسابقة بالتفصيل في الفصل السابق، خصص هذا الفصل لعرض نتائج هذه الدراسة بشكل مختصر وكذلك عرض الإستنتاجات والتوصيات التي توصل إليها الباحث بعد إجراء هذه الدراسة.

2.6 النتـــــائـــج :

يمكن تلخيص النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة كالتالي:

1. تحتفظ (68.5%) من الشركات الأردنية المساهمة العامة المدرجة في الـسوق الأول (87 من 127 شركة) بمواقع إلكترونية خاصة بها.
2. تعرض (50.57%) من الشركات الأردنية المساهمة العامة المدرجة في السوق الأول والتي لديها مواقع إلكترونية (44 من 87 شركة) بياناتها المالية أو أجزاء أو مقتطفات منها في مواقعها الإلكترونية.
3. تعرض (72.73%) من الشركات الأردنية المساهمة العامة المدرجة في السوق الأول والتي لديها مواقع إلكترونية وتعرض بيانات مالية فيها (32 من 44 شركة) بيانــات مالية كاملة في مواقعها الإلكترونية، وحوالي (16%) منها (7 من 44 شركة) تعرض أجزاءاً أو ملخصات من قوائمها المالية في مواقعها الإلكترونية، وحوالي (11%) منها (5 من 44 شركة) تعرض مقتطفات من قوائمها المالية في مواقعها الإلكترونية.
4. هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الشركات التي لديها بيانات مالية والشركات التي ليس لديها بيانات مالية فيما يتعلق بالخصائص التالية: حجم الشركة، ونسبة الـسيولة،

ومقدار الرافعة المالية، وعمر الشركة، كما تبين أنـــه لا توجـــد فـــروق ذات دلالـــة إحصائية بين الشركات التي لديها بيانات مالية والشركات التي ليس لديها بيانات مالية فيما يتعلق بالخصائص التالية: نسبة الربحية، وتركز الملكية، ونسبة ملكية المؤسسات، ونسبة المستثمرين الأجانب.

5. هناك فرق في الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية بين ما يعرض في المواقـــع الإلكترونية للشركات وبين ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن الشركات عينة الدراسة، وقد تبيّن أن ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصـــة عمان من بيانات مالية وغير مالية عن هذه الشركات أكثر ممّا يعرض فـــي المواقـــع الإلكترونية لهذه الشركات من بيانات مالية وغير مالية.

6. تبيّن عدم وجود فرق بين ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات فـــي القطـــاع المالي من بيانات مالية وغير مالية وبين ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصـــة عمان من بيانات عن هذه الشركات.

7. هناك فرق بين ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات في قطـــاعي الخـــدمات والصناعة من بيانات مالية وغير مالية وبين ما يعـــرض فـــي الموقـــع الإلكترونـــي لبورصة عمان من بيانات عن هذه الشركات، وقد تبيّن أن ما يعـــرض فـــي الموقـــع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات مالية وغير مالية عن هذه الشركات في قطاعي الخدمات والصناعة أكثر ممّا يعرض في المواقع الإلكترونية لهذه الشركات من بيانات مالية وغير مالية.

8. تبيّن عدم وجود فرق بين القطاعات الرئيسة الثلاثة وهي القطاع المالي وقطاع الخدمات وقطاع الصناعة ضمن ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات مالية وغير مالية عن هذه الشركات.

9. تبيّن وجود فرق بين القطاعات الرئيسة الثلاثة وهي القطاع المالي وقطاع الخدمات وقطاع الصناعة ضمن ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات من بيانات مالية وغير مالية عن هذه الشركات، وقد تبيّن تقدّم القطاع المالي في عرض البيانات المالية وغير المالية في المواقع الإلكترونية للشركات على قطاعي الخدمات والصناعة.

3.6 الإستنتاجات:

بعد الإنتهاء من جمع البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج خرج الباحث بعدد من الإستنتاجات أهمها ما يلي:

1. تقدّم القطاع المالي على قطاعي الخدمات والصناعة فيما يتعلق بعرض البيانات المالية وغير المالية في المواقع الإلكترونية للشركات ضمن هذا القطاع.

2. تقدّم البنوك على سائر القطاعات الفرعية للقطاعات الرئيسة الثلاثة فيما يتعلق بالإفصاح الإلكتروني وفيما يتعلق أيضاً بعرض البيانات المالية وغير المالية في المواقع الإلكترونية للشركات.

3. غالبا ما تكون الشركات التي تفصح عن بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية كبيرة الحجم ومقدار الرافعة المالية وعمر الشركة أكبر ونسبة السيولة أقل من الشركات التي لا تفصح عن بياناتها المالية في مواقعها الإلكترونية.

4. أنّ ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات مالية وغير مالية عن الشركات الأردنية عينة الدراسة أفضل ممّا يعرض في المواقع الإلكترونية لهذه الشركات من بيانات مالية وغير مالية.

4.6 التوصيات:

بناءاً على النتائج والإستنتاجات التي تم التوصل إليها سابقاً تم اقتراح التوصيات التالية:

1. ضرورة امتلاك الشركات الأردنية التي ليس لديها مواقع إلكترونية لمواقع إلكترونية خاصة بها واستخدامها في عرض بياناتها المالية وغير المالية، وذلك لما لها من فوائد متعددة سواء لخدمة المستثمرين الحاليين أو استقطاب مستثمرين جدد، حتى يتمكن العملاء من معرفة أنواع المنتجات وأسعارها.
2. ضرورة زيادة إفصاح الشركات في القطاعات الفرعية للقطاع المالي وهي: التأمين والخدمات المالية المتنوعة والعقارات عن بياناتها وتقاريرها المالية السنوية في مواقعها الإلكترونية أسوة بالبنوك.
3. ضرورة اهتمام الشركات في القطاعات الفرعية لقطاع الخدمات وقطاع الصناعة بالإفصاح عن البيانات المالية في المواقع الإلكترونية للشركات أسوة بالشركات في القطاع المالي.
4. ضرورة إلزام بورصة عمان للشركات المدرجة فيها بتوفير بيانات مالية وغير مالية متساوية لعرضها في الموقع الإلكتروني للبورصة.

5.6 مقترحات لأبحاث مستقبلية:

1. إجراء دراسة مقارنة بين مجموعة من الدول العربية لمعرفة مدى استخدام الإنترنت كأداة لعرض التقارير المالية للشركات المدرجة في بورصة الأوراق المالية في هذه الدول.
2. دراسة تأثير مجموعة من خصائص الشركات بالإضافة إلى ما تم دراسته في هذه الدراسة (مثل: حجم المبيعات، عدد الموظفين، إدراج أسهم الشركة في بورصات خارجية، وغيرها) على الإفصاح الإلكتروني للشركات.
3. إجراء دراسة تحليلية لمعرفة الفرق بين ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات وبين ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن هذه الشركات باستخدام معايير أخرى غير التي تم استخدامها في هذه الدراسة على مستوى الشركات في القطاعات الفرعية.

قائمــــة المراجــع

أولاً: المراجـــــــــع العربيـــــــة:

- توفيق، محمد شريف. 2001. التقرير المالي الإلكتروني على شبكة الإنترنت وتقييم جهود تنظيمه: دراسة اختبارية للمتغيرات المؤثرة في القطـاع المصـرفي. *المجلة العلمية لتجارة الأزهــر. جامعة الأزهر. العدد 26.* ص ص. 231-275.
- توفيق، محمد شريف. 2002. مدى الحاجة لتنظيم التوزيـع الإلكتروني لمعلومـات تقارير الأعمـال بالتطبيق على القطاع المصرفي وأساليب التنفيذ والمحاسبة عن عملية التجـارة الإلكترونيـة. *مؤتمر التجارة الكترونية: الآفاق والتحديات. الإسكندرية. 25-27 يوليو، 2002. المجلد 1.* ص ص. 239-314.
- الجبر، نبيه عبدالرحمن. 2002. نشر التقـارير المـالية للشـركات السعـودية على الإنترنــت. *مجلـة الدراسات المالية والتجارية. جامعة بنـي سويف. المجلد 2. العدد 3.* ص ص.177-201.
- الجعارات، خالد جمال، 2008م. معـايير *التقـارير الماليـة الدولية IFRSs & IASs 2007*. إثراء للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، الأردن. ص. 303.
- حماد، طارق عبدالعال. 2005م. *التقارير المالية*. الدار الجامعية. القاهرة، مصر. ص. 913-915 ، 918.
- الحمود، تركي، والمومني، منذر. 2001. دراسة تحليلية لمدى الإفصاح المالي للشركات الصناعية الأردنيـة بهدف توسيع قاعدة المعلومـات لمتخذي القرارات الإستثمارية. *المجلـة المصـرية للدراسات التجارية. جامعة المنصورة. المجلد 25. العدد الثاني.* ص ص. 567-598.
- خلف، عيد محمود. 2002. أثـر الإفصـاح الإلكترونـي للمعلومـات المحاسبية علـى تقدير المخـاطر اللازمـة لمراجعـة القـوائم الماليـة فـي ظـل البيئـة الإلكترونيـة. *الدراسـات والبحـوث التجاريـة. جامعة الزقازيق. العدد الأول.* ص ص. 57-101.
- رجب، نشوى شاكر. 2005. *تحليل وتقييم مدى فعالية الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت مع دراسة تطبيقية*. رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة الإسكندرية، مصر.

- عبدالملك، أحمد رجب. 2003. دور الإفصاح المالي وغير المالي عبر الإنترنت في تحسين قرارات المستثمرين بسوق الأوراق المالية: دراسة نظرية وتطبيقية. *المجلة العلمية للإقتصاد والتجارة. جامعة عين شمس. العدد 4.* ص ص. 55–102.
- عبدالملك، أحمد رجب. 2006. إطار مقترح للتقارير المالية المنشورة في ظل تحقيق الشفافية المنشورة ببورصة الأوراق المالية: دراسة نظرية وتطبيقية. *المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية. جامعة حلوان. العدد 1.* ص ص. 19–79.
- العتيبي، عبدالله ثعيل. 2005. نحو إطار مقترح لإعداد معيار محاسبي سعودي لتنظيم نشر التقارير المالية الفورية عبر الإنترنت. *المجلة العلمية لكلية التجارة. جامعة أسيوط. العدد 38.* ص ص. 30-59.
- العيسي، ياسين أحمد. 2000. مستوى الإفصاح عن البنود غير العادية في القوائم المالية للشركات المساهمة العامة الأردنية. *المنارة. المجلد 5. العدد 1. ص ص.* 75–103.
- الفولي، فايقة جابر. 2005. *الإختلافات النسبية في درجة الإفصاح الإختياري بين الشركات المسجلة في بورصة الأوراق المالية وأثرها على تكلفة رأس المال: دراسة تطبيقية.* رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإسكندرية، مصر.
- مبارك، صلاح، ورجب، نشوى. 2002. الإفصاح المحاسبي عبر الإنترنت. *مؤتمر التجارة الإلكترونية: الأفاق والتحديات. الإسكندرية. 25-27 يوليو، 2002. المجلد 2.* ص ص. 535-567.
- متولي، طلعت عبدالعظيم. 2003. تقنيات ومعايير إنتاج التقارير المحاسبية عبر شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت).*المجلة المصرية للدراسات التجارية. جامعة المنصورة. المجلد 27. العدد 1.* ص ص. 271–321.

- محمد، فهيم أبو العزم. 2002. نشر التقارير المالية على الإنترنت: مسح لمصر والسعودية والكويت. *مجلة الدراسات المالية والتجارية. جامعة بني سويف. المجلد 2، العدد 3*، ص ص. 203–226.
- محمد، فهيم أبو العزم. 2003. استخدام لغة XBRL في تعظيم الإستفادة من معلومات تقارير الأعمال المنشورة إلكترونيا. *المجلة العلمية: التجارة والتمويل. جامعة طنطا. العدد 2*. ص ص. 177-206.
- مطر، محمد. 1993. تقييم مستوى الإفصاح الفعلي في القوائم المالية المنشورة للشركات المساهمة العامة الأردنية في ضوء قواعد الإفصاح المنصوص عليها في أصول المحاسبة الدولية. *دراسات (العلوم الإنسانية). المجلد 20أ. العدد 2*. ص ص. 116- 169.
- مطر، محمد. 2004. *التأصيل النظري للممارسات المهنية المحاسبية في مجالات القياس العرض الإفصاح*. دار وائل للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، الأردن. ص. 331-336.
- المليجي، هشام حسن. 2002. تقييم جودة التقرير المالي الإلكتروني: دراسة اختبارية على القطاع المصرفي. *المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية. جامعة حلوان. العدد 3،4*. ص ص. 101-149.

ثانياً: المراجـــــــع الانجليزيـــة:

- Alkhalaileh, M. Al-Qenae, R. & Abo Farha H. 2005. A Preliminary Investigation on the Use of the Internet for Business Reporting: A Case Study of Companies Listed on Amman Stock Exchange (ASE). *Jordan Journal of Business Administration*، Jordanian University. *Vol. 1. No.1*: pp.167-176.
- Bovee, M. Ettredge, M. Srivastava, R. & Vasarhelyi, M. 2002. Does the Year 2000 Taxonomy Accommodate Current Business Financial-Reporting Practice?. *Journal of Information Systems. Vol. 16, No. 2:* pp.165-182.

- Charles, E. Davis, Curtis, Clemens, & Whit P. Keuer. 2003. Web-based Reporting: A Vision for Future. *Strategic Finance. Vol. 85. Issue. 3*: pp.44-49.
- Chenge, A., Lawrence, S. & Coy, D. 2000. Measuring the Quality of Corporate Financial Websites: A New Zealand Study. 12th Asian Pacific Conference on International Accounting Issues. Beijing. (Cited by Davey & Homkajohn, 2004).
- Davey, Howard, & Homkajohn, Kanya. 2004. Corporate Internet Reporting: An Asian Example. *Problems and Perspectives in Management. Issue. 2.* pp. 211-227.
- FASB. 2000. Business Reporting Research Project, Electronic Distribution of Business Reporting Information. Available at " www.fasb.org " or http://72.3.243.42/brrp/brrp1.pdf.
- Katarina, Zager, and Danimir, Gulin. 2006. Financial Reporting on the Internet. *Conference Proceedings: International Conference of Faculty of Economics, Sarajevo (ICES)*: pp.394-396.
- Kieso, D. Weygandt, J. & Warfileld, T. 2006. Intermediate Accounting. Twelfth Edition. Wiley. P.42.
- Matherly, C. Mechele, & Burton Hughlene. A. 2005. An Analysis of Corporate Website Disclosures. *Management Accounting Quarterly. Vol. 6. No. 2*: pp.26-33.
- Momany, Munther T. & Al-shorman, Salah Al-dain. 2006.Web-Based Voluntary Financial Reporting of Jordanian Companies. *International review of business research papers. Sydney، Australia. Vol. 2. No. 2*: pp.127-139.
- Omneya, H. A. Stephanie M. B. & Donna L. S. 2007. An Examination of the Comprehensiveness of Corporate Internet Reporting Provided by

London-Listed Companies. *Journal of International Accounting Research. Vol. 6. No. 2*: pp.1-33.

- Oyelere, P. Laswad, F. & Fisher, R. 2003. Determinants of Internet Financial Reporting by New Zealand Companies. *Journal of International Financial Management and Accounting Vol.14. No.1*: pp.26-63. (Lymer et al., 1999; Bagshaw, 2000).
- Oyelere, Peter, & Mohammed, Ehab K. A., 2007. Internet Financial Reporting In Oman. *Global Journal of Business Research. Vol.1. No 2:* pp 45-55.
- Smith, Parry, & Peppard, Denise. 2005. Internet Financial Reporting Benchmarking Irish PLCs Against Best Practice. *Accountancy Ireland. Vol.37. No. 6:* pp.22-24.
- Sterling, Robert, R. 1983. Accounting Research, Education & Practice, The Journal of Accountancy. pp. 44-52. (Cited by Matar, M. 2004).
- Vasal, V. K. & Srivastava, R. P. 2005. IT and Web-based Accounting: Evidence From the Indian Capital Market. *IIMB Management Review: Vol.17. Issue. 1:* pp.79-85.

الملحـــق رقم (1)[1]

أسماء الشركات الأردنية المدرجة في السوق الأول لبورصة عمان وعناوين مواقعها الإلكترونية

القطـــاع المـــالي		
البنـــــــوك		
اسم الشركة	**الاسم المختصر للشركة**	**عنوان الموقع الإلكتروني**
البنك الاسلامي الاردني للتمويل والاستثمار	البنك الاسلامي الأردني	www.jordanislamicbank.com
البنك الاردني الكويتي	الأردني الكويتي	www.jordan-kuwait-bank.com
البنك التجاري الأردني	البنك التجاري الأردني	www.jcbank.com.jo
بنك الاسكان للتجارة والتمويل	بنك الاسكان	www.hbtf.com
بنك الاستثمار العربي الاردني	بنك الاستثمار العربي	www.ajib.com
بنك الانماء الصناعي	بنك الانماء الصناعي	www.indevbank.com
بنك الاتحاد	بنك الاتحاد	www.unionbankjo.com
بنك المؤسسة العربية المصرفية/الاردن	بنك المؤسسة العربية	www.arabbanking.com.jo
البنك الاردني للاستثمار والتمويل	الأردني للاستثمار	www.jifbank.com
بنك المال الأردني	بنك المال	www.capitalbank.jo
بنك سوسيته جنرال الأردن	بنك سوسيته جنرال الأردن	www.sgbj.com.jo
بنك القاهرة عمان	بنك القاهرة عمان	www.cab.jo
بنك الأردن	بنك الأردن	www.bankofjordan.com.jo
البنك الاهلي الاردني	البنك الاهلي	www.ahli.com
البنك العربي	البنك العربي	www.arabbank.jo
التـــأمـــــين		
الشرق الاوسط للتأمين	الشرق الاوسط للتأمين	www.meico.com.jo
المتحدة للتأمين	المتحدة للتأمين	www.united.com.jo
الاراضي المقدسة للتأمين	الاراضي المقدسة	www.holylandinsurance.com
العرب للتأمين على الحياة والحوادث	العرب للتأمين	———
الاتحاد العربي الدولي للتأمين	الاتحاد العربي	www.auiic.com
التأمين الوطنية	التأمين الوطنية	www.nai-insurance.com
الاردن الدولية للتأمين	الاردن الدولية للتأمين	www.jiig.com
العربية الالمانية للتأمين	الالمانية للتأمين	www.agi.com.jo
التأمين الاسلامية	التأمين الاسلامية	www.islamic-insurance-jo.com

[1] المصدر: إعداد الباحث.

الضامنون العرب	الضامنون العرب	www.arabassurers.jo
الخدمات المالية المتنوعة		
المحفظة الوطنية للاوراق المالية	المحفظة الوطنية	www.mahfaza.com.jo
الاستثمارية القابضة للمغتربين الاردنيين	الاستثمارية القابضة	———
الثقة للاستثمارات الاردنية	الثقة للاستثمارات	www.jordinvest.com.jo
الاتحاد للاستثمارات المالية	الاتحاد للاستثمارات	www.unioninvestment.net
الاردنية لضمان القروض	ضمان القروض	www.jlgc.com
المستثمرون العرب المتحدون	المستثمرون المتحدون	www.uai.com.jo
الشرق العربي للاستثمارات المالية والاقتصادية	شرق عربي للاستثمارات	www.aeivco.com
الصقر للاستثمار والخدمات المالية	الصقر للاستثمارات	———
الامين للاستثمار	الامين للاستثمار	———
المتحدة للاستثمارات المالية	المتحدة المالية	www.ufico.com
العالمية للوساطة والأسواق المالية	العالمية للوساطة	www.ibfm.jo
بيت الاستثمار للخدمات المالية	بيت الاستثمار	www.in-ho.com
أموال انفست	أموال انفست	www.amwalinvest.jo
الأمل للاستثمارات المالية	الأمل للاستثمارات	———
العقـــارات		
بيت المال للادخار والاستثمار للاسكان	بيتنا	www.beitna.com
الشامخة للاستثمارات العقارية والمالية	الشامخة العقارية	———
الأردن دبي للأملاك	الأردن دبي للأملاك	www.jdp.jo
الاتحاد لتطوير الاراضي	تطوير الاراضي	www.uld.jo
التجمعات لخدمات التغذية والاسكان	التجمعات لخدمات التغذية والاسكان	www.altajamouat.com
التجمعات الاستثمارية المتخصصة	التجمعات الاستثمارية	www.altajamouat.com
تطوير العقارات	تطوير العقارات	www.redv.com.jo
العرب للتنمية العقارية	عرب كورب	www.arabcorp.com.jo
الشرق العربي للإستثمارات العقارية	الشرق العربي العقارية	———
الانماء العربية للتجارة والاستثمارات العالمية	الانماء العربية	www.inma.com.jo
العقارية الأردنية للتنمية	العقارية الأردنية	———
عمد للاستثمار والتنمية العقارية	عمد للاستثمار	———
الإحداثيات العقارية	الإحداثيات العقارية	———
إعمار للتطوير والاستثمار العقاري	إعمار للتطوير العقاري	www.emmar.jo
المعاصرون للمشاريع الاسكانية	المعاصرون	www.moaseron.com
مجمع الضليل الصناعي العقاري	مجمع ضليل الصناعي	www.ad-dulayl.com
قطـاع الخدمـات		
الخدمات الصحية		
البلاد للخدمات الطبية	البلاد الطبية	www.istiklalhospital.com

الدولية للاستثمارات الطبية	الدولية الطبية	————
الخدمـــات التعليـــمية		
الزرقاء للتعليم والاستثمار	الزرقاء للتعليم	www.zpu.edu.jo
العربية الدولية للتعليم والاستثمار	الدولية للتعليم	www.asu.edu.jo
مدارس الاتحاد	مدارس الاتحاد	www.ittihad.com.jo
البتراء للتعليم	البتراء للتعليم	www.uop.edu.jo
الفنـــادق و السيـاحـــة		
اسم الشركة	**الاسم المختصر للشركة**	**عنوان الموقع الإلكتروني**
العربية الدولية للفنادق	العربية الدولية للفنادق	www.aiho-group.com
التجمعات للمشاريع السياحية	التجمعات للمشاريع السياحية	www.altajamouat.com
الدولية للفنادق والاسواق التجارية	الدولية للفنادق والاسواق	————
النـــقـــل		
الخطوط البحرية الوطنية الاردنية	الخطوط البحرية	www.jnslgroup.com
السلام الدولية للنقل والتجارة	السلام للنقل	www.salamjo.com
الموحدة للنقل والخدمات اللوجستية	الموحدة للنقل	www.unified.com.jo
النقليات السياحة الاردنية /جت	النقليات السياحة/جت	www.jett.com.jo
المقايضة للنقل والاستثمار	المقايضة للنقل	www.naqel.com
عالية -الخطوط الجوية الملكية الأردنية	الملكية الأردنية	www.rj.com
التكنولوجيـا و الاتصـالات		
الاتصالات الأردنية	الاتصالات الأردنية	www.orange.jo
الفارس الوطنية للاستثمار والتصدير	الفارس الوطنية	www.optimizasolutions.com
الاعـــــلام		
المؤسسة الصحفية الاردنية /الرأي	الرأي	www.alrai.com
الاردنية للصحافة والنشر /الدستور	الدستور	www.addustour.com
الطاقـــة والمنافـــع		
الكهرباء الاردنية	الكهرباء الاردنية	www.jepco.com.jo
كهرباء محافظة اربد	كهرباء اربد	www.ideco.com.jo
مصفاة البترول الأردنية /جوبترول	مصفاة الأردن /جوبترول	www.jopetrol.com.jo
الخدمـــات التجاريـــة		
المركز الاردني للتجارة الدولية	المركز الأردني	www.jitcompany.com
التسهيلات التجارية الاردنية	التسهيلات التجارية	www.jtf.com.jo
الأهلية للمشاريع	الأهلية للمشاريع	www.plazasuperstores.jo
المتخصصة للتجارة والاستثمارات	المتخصصة للتجارة	————
الأردنية للاستثمارات المتخصصة	الاستثمارات المتخصصة	www.ammancitycenter.com

		قطـــاع الصناعـــة
		الأدويـــة و الصناعات الطبيـــة
عنوان الموقع الإلكتروني	**الاسم المختصر للشركة**	**اسم الشركة**
www.dadgroup.com	دار الدواء	دار الدواء للتنمية والاستثمار
www.acpc.com.jo	المركز العربي /دوائي	المركز العربي للصناعات الدوائية
www.midpharma.com	شرق أوسط دوائية	الشرق الاوسط للصناعات الدوائية والكيماوية والمستلزمات الطبية
www.jpm.com.jo	الأردنية للأدوية	الأردنية لإنتاج الأدوية
www.apm.com.jo	العربية لصناعة الادوية	العربية لصناعة الادوية
		الصناعـــات الكيمـــاويـــة
———	المتصدرة	المتصدرة للأعمال والمشاريع
———	العالمية الكيماوية	العالمية للصناعات الكيماوية
www.chlorine.com.jo	الوطنية للكلورين	الوطنية لصناعة الكلورين
———	الموارد الصناعية	الموارد الصناعية الأردنية
———	المتكاملة للمشاريع المتعددة	المتكاملة للمشاريع المتعددة
		صناعـــات الـــورق و الكرتـــون
———	اللؤلؤة	اللؤلؤة لصناعة الورق الصحي
		الطباعـــــة والتـــغـــلـــيـــف
www.ekbal.com	الاقبال للطباعة	الاقبال للطباعة والتغليف
www.unionadvancedindustries.com	الاتحاد المتطورة	الاتحاد للصناعات المتطورة
		الأغذيـــــة و المشروبـــــات
———	الألبان الأردنية	الألبان الأردنية
www.qarya.jo	القرية	القرية للصناعات الغذائية والزيوت النباتية
———	العالمية للزيوت	العالمية الحديثة للزيوت النباتية
———	الدولية للأغذية	المصانع العربية الدولية للأغذية والاستثمار
www.nutridar.com	دار الغذاء	دار الغذاء
www.vegoils.net	الاردنية للزيوت	مصانع الزيوت النباتية الأردنية
		التبـــــغ و السجــائـــــر
www.eqbal-invest.com	الاقبال للاستثمار	الاقبال للاستثمار
www.uniontobacco.com	الاتحاد للسجائر	مصانع الاتحاد لانتاج التبغ والسجائر
		الصناعـــات الاستخراجيـــة والـــتعـــدينيـــة
www.minco-jo.com	تعدينكو	العامة للتعدين
www.arab-aluminium.com	الألمنيوم/أرال	العربية لصناعة الالمنيوم/ارال
———	الصلب	الوطنية لصناعة الصلب
www.jordanphosphate.com	الفوسفات	مناجم الفوسفات الاردنية
www.jordan.lafarge.com	الاسمنت	مصانع الاسمنت الأردنية

www.jordansteelplc.com	حديد الأردن	حديد الأردن
www.nalco.com.jo	الوطنية للالمنيوم	الوطنية لصناعات الالمنيوم
www.travco.com.jo	ترافكو	شركة الترافرتين
		الصناعات الهندسية و الانشائية
www.isojordan.com/jpmc2	الأنابيب الأردنية	الاردنية لصناعة الأنابيب
www.jwico.com	جوايكو	الأردنية للصناعات الخشبية / جوايكو
————	الباطون الجاهز	الباطون الجاهز والتوريدات الانشائية
www.rum-aladdin.com	رم علاء الدين	رم علاء الدين للصناعات الهندسية
www.asp-jo.com	المواسير المعدنية	العربية لصناعة المواسير المعدنية
		الصناعات الكهربائية
www.cableco.com.jo	الوطنية للكوابل	الوطنية لصناعة الكوابل والأسلاك الكهربائية
www.jnccables.com	الكابلات الحديثة	الكابلات الأردنية الحديثة
www.aei-jo.com	العربية الكهربائية	العربية للصناعات الكهربائية
www.mecgroup.jo	مجمع الشرق الاوسط	مجمع الشرق الاوسط للصناعات الهندسية والالكترونية والثقيلة
		صناعات الملابس و الجلود و النسيج
www.jordancentral.com	الأردنية المركزية	الاردنية المركزية
www.qiz.com	العصر للاستثمار	مجموعة العصر للاستثمار
————	الأجواخ الأردنية	مصانع الأجواخ الاردنية
www.woolenco.com	عقاري	عقاري للصناعات والاستثمارات العقارية
www.elzay.com	الزي لصناعة الألبسة	الزي لصناعة الألبسة الجاهزة
		الصناعات الزجاجية والخزفية
www.joceca.com	الخزف الأردنية	مصانع الخزف الأردنية
————	الصناعات الخزفية	الدولية للصناعات الخزفية

الملحـــق رقم (2)[2]

إجمالي ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات الأردنية من 15 معيار وما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان من بيانات عن الشركات الأردنية منها

القطـــاع المـــالي	إجمالي ما يعرض في المواقع الإلكترونية للشركات	إجمالي ما يعرض في الموقع الإلكتروني لبورصة عمان
البنك الاسلامي الاردني للتمويل والاستثمار	13	7
البنك الاردني الكويتي	13	8
البنك التجاري الأردني	14	8
بنك الاسكان للتجارة والتمويل	13	7
بنك الاستثمار العربي الاردني	14	10
بنك الانماء الصناعي	13	8
بنك الاتحاد	12	7
بنك المؤسسة العربية المصرفية/الاردن	12	8
البنك الاردني للاستثمار والتمويل	12	8
بنك المال الأردني	13	8
بنك سوسيته جنرال الأردن	12	10
بنك القاهرة عمان	13	8
بنك الاردن	13	11
البنك الاهلي الاردني	14	7
البنك العربي	13	8
الشرق الاوسط للتأمين	6	8
المتحدة للتأمين	12	7
الأراضي المقدسة للتأمين	5	7
الاتحاد العربي الدولي للتأمين	5	10
التأمين الوطنية	4	9
الاردن الدولية للتأمين	6	11
العربية الالمانية للتأمين	3	11
التأمين الاسلامية	1	9
المحافظة الوطنية للاوراق المالية	9	10
الثقة للاستثمارات الاردنية	14	11

2 المصدر إعداد الباحث.

9	13	الاردنية لضمان القروض
10	8	المتحدة للاستثمارات المالية
10	11	العالمية للوساطة والأسواق المالية
11	5	بيت الاستثمار للخدمات المالية
9	11	أموال انفست
10	6	بيت المال للادخار والاستثمار للاسكان
9	6	الأردن دبي للأملاك
9	4	الاتحاد لتطوير الاراضي
10	3	التجمعات لخدمات التغذية والاسكان
9	3	التجمعات الاستثمارية المتخصصة
8	5	تطوير العقارات
10	12	العرب للتنمية العقارية
10	13	الانماء العربية للتجارة والاستثمارات العالمية
10	5	إعمار للتطوير والاستثمار العقاري
8	9	المعاصرون للمشاريع الاسكانية
9	4	مجمع الضليل الصناعي العقاري
		قطـــاع الخدمـــــات
10	5	البلاد للخدمات الطبية
9	5	الزرقاء للتعليم والاستثمار
9	5	العربية الدولية للتعليم والاستثمار
10	4	مدارس الاتحاد
9	5	البتراء للتعليم
10	5	العربية الدولية للفنادق
11	4	التجمعات للمشاريع السياحية
10	8	الخطوط البحرية الوطنية الأردنية
10	1	الموحدة للنقل والخدمات اللوجستية
9	4	النقليات السياحة الاردنية /جت
7	0	المقايضة للنقل والاستثمار
11	12	عالية -الخطوط الجوية الملكية الأردنية
7	4	الاتصالات الأردنية
9	13	الفارس الوطنية للاستثمار والتصدير
8	3	المؤسسة الصحفية الاردنية /الرأي

الاردنية للصحافة والنشر /الدستور	3	9
الكهرباء الاردنية	4	6
كهرباء محافظة اربد	13	9
مصفاة البترول الأردنية /جوبترول	11	9
التسهيلات التجارية الاردنية	9	7
الأردنية للاستثمارات المتخصصة	6	9
قطـــاع الصناعـــة		
دار الدواء للتنمية والاستثمار	1	9
المركز العربي للصناعات الدوائية	0	7
الشرق الاوسط للصناعات الدوائية والكيماوية	5	10
الأردنية لإنتاج الأدوية	0	10
العربية لصناعة الادوية	5	5
الوطنية لصناعة الكلورين	13	6
الاتحاد للصناعات المتطورة	4	10
القرية للصناعات الغذائية والزيوت النباتية	3	9
دار الغذاء	5	9
مصانع الزيوت النباتية الأردنية	3	11
الاقبال للاستثمار	13	7
مصانع الاتحاد لانتاج التبغ والسجائر	4	7
العربية لصناعة الالمنيوم/ارال	4	10
مناجم الفوسفات الاردنية	12	10
حديد الأردن	6	7
الوطنية لصناعات الالمنيوم	3	7
شركة الترافرتين	3	11
الأردنية للصناعات الخشبية / جوايكو	6	11
رم علاء الدين للصناعات الهندسية	4	9
العربية لصناعة المواسير المعدنية	10	7
الوطنية لصناعة الكوابل والأسلاك الكهربائية	3	7
الكابلات الأردنية الحديثة	6	9
العربية للصناعات الكهربائية	4	11
مجمع الشرق الاوسط للصناعات الهندسية والالكترونية	14	5
الزي لصناعة الألبسة الجاهزة	4	7

Abstract in English

Mahdy, Ebrahim Ali Mohammed. Internet Financial Reporting by Jordanian Companies Listed on Amman Stock Exchange: A Survey Study. Master Thesis, Yarmouk University. 2009 (Supervisor: Professor Munther Talal Momany).

This study surveys the availability of websites for Jordanian companies listed on the first market on the Amman Stock Exchange (ASE), in order to determine the financial information reported by companies that has websites, to explain the variation in financial information found in companies' sites, and to identify the difference of what's presented in the companies' sites and the website of ASE in disclosing financial and non-financial information. This study covers all the companies listed on the first market on ASE at the end of 2008. The population consists of 127 companies divided into three sectors, 55 from financial sector, 45 from industrial sector, and 27 from services sector. Two major search engines were used for this study Google & Yahoo in addition to different public Jordanian sites. Data regarding the selected characteristics of companies were collected from circulars and disclosures found on the Website of ASE.

The findings indicate that about (69%) of Jordanian companies have websites. Fifty one Percent (51%) of the websites companies report financial information and (73%) of them report comprehensive set of financial statements. In addition, the researcher finds that on average companies report financial information on their websites are larger, more leveraged, older, and less concentrated than non-internet financial reporting. The profitability, liquidity, and the type of ownership are almost the same between internet financial reporting companies and non-internet financial reporting companies which might indicate that they don't represent a motive for companies to use internet as a medium for voluntary disclosure. There were differences between what presented in the companies' sites and in the website of ASE in disclosing financial and non-financial information. In addition, the researcher finds that the website of ASE discloses more financial and non-financial information than in the companies' sites, also the financial sector was pioneered on internet financial reporting.

Key Words: Jordanian companies, internet financial reporting, financial information, Amman Stock Exchange, companies' sites, characteristics of companies.